



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TRABALHO COLABORATIVO:
ESTUDOS DE CASO NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

PRISCILA GIULIANI DA SILVEIRA

Rio de Janeiro/RJ
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TRABALHO COLABORATIVO:
ESTUDOS DE CASO NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

Priscila Giuliani da Silveira

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr^a Marta de Araújo Pinheiro

**TRABALHO COLABORATIVO: ESTUDOS DE CASO NA CIDADE DO RIO DE
JANEIRO**

Priscila Giuliani da Silveira

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por


Prof. Dr.ª Marta de Araújo Pinheiro – orientadora


Prof. Ms. Camila Augusta Alves Pereira


Prof. Dr.ª Ilana Strozenberg

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/RJ

2014

S587

Silveira, Priscila Giuliani da

Trabalho colaborativo: estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro / Priscila Giuliani da Silveira. 2014.
62 f.: il.

Orientadora: Prof^{ra}. Marta de Araújo Pinheiro

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Habilitação Publicidade e Propaganda, 2014.

1. Mídia social. 2. Cultura participativa. 3. Commons. I. Pinheiro, Marta de Araújo. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.

CDD: 302.23

Dedico este trabalho aos meus pais, que por toda a minha vida zelaram para que eu crescesse em conhecimento e sabedoria.

AGRADECIMENTO

É com muita alegria que concluo mais esta fase em minha vida. A todos os que fizeram parte, dela, um grande abraço e meu mais sincero obrigada. Meu coração está transbordando felicidade e eu só poderia compartilhá-la. Escrevo com a certeza de que ainda virão muitos momentos para comemorarmos juntos.

Agradeço:

**A Deus, me guiando e fortalecendo nos momentos mais difíceis dessa jornada,
À minha família, por me apoiar em minhas decisões e se fazer sempre presente, estando
perto ou longe,**

Aos meus amigos, por tornarem essa jornada ainda mais agradável,

**À minha orientadora, por sua disposição e dedicação,
E aos professores dessa instituição, com os quais muito aprendi.**

SILVEIRA, Priscila Giuliani da. **Trabalho colaborativo**: estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro. Orientador: Marta de Araújo Pinheiro. Rio de Janeiro, 2014. Monografia (Graduação Em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 64f.

RESUMO

A pesquisa tem como objeto de estudo o trabalho colaborativo (*coworking*), tema que vem recebendo crescente atenção da mídia como uma alternativa econômica atrelada à cultura participativa. O objetivo do trabalho é investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca. Para tanto, a metodologia escolhida foi o estudo de caso qualitativo e comparativo de três espaços que funcionam com essa lógica de trabalho: O Templo, Catete92 e Comuna. Em todos, foram investigados aspectos ligados à motivação dos envolvidos, estruturação do espaço e divisão das tarefas, bem como as dificuldades encontradas para se manter o local, de acordo com sua concepção inicial. A conclusão foi de que o trabalho colaborativo permite uma diversidade de expressões, variando em grau de organização e hierarquia, e tendo como dificuldade comum a todos os três, o apoio financeiro.

Palavras-chaves: trabalho colaborativo, economia colaborativa, *commons*.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. BREVE HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1 Antecedentes e transformações

2.2 Contexto econômico

2.3 Influências tecnológicas

3. A CULTURA COLABORATIVA

3.1 A Cultura da Participação

3.2 A colaboração como forma de economia

3.2.1 Consumo colaborativo

3.2.2 Produção colaborativa

3.2.3 Aprendizado colaborativo

3.2.4 Finança colaborativa

3.3 Trabalho colaborativo

4. ESTUDOS DE CASO

4.1 O Templo

4.2 Catete92

4.3 Comuna

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

APÊNDICE

ANEXOS

1. INTRODUÇÃO

A economia colaborativa tem crescido mundialmente e, por isso, ganhado destaque na mídia nacional e internacional. Notícias e artigos sobre o tema podem ser vistos em jornais de grande circulação como *The New York Times*, *El País* e *O Globo*, além de uma série de vídeos no TEDTalks¹ sobre o assunto. Ao pesquisar sobre o assunto na internet, uma série de iniciativas nesse sentido vão ser listadas, até mesmo atividades usadas por muitas pessoas que possivelmente nem soubessem que já faziam parte da economia colaborativa, como é o caso da Wikipédia.

Em uma pesquisa de conclusão em Publicidade e Propaganda, esse tema se justifica, pois apresenta alternativas atraentes e inovadoras de trabalho, voltadas justamente para as áreas criativas. Frente à crise do trabalho atual, na qual, em muitas empresas, os funcionários carecem de estabilidade, sendo considerados descartáveis, e não possuem uma ligação moral forte com a ideologia da instituição, essa nova forma de trabalho defenderia valores alinhados a fundamentos mais humanos e generosos.

Ao pesquisar mais sobre o assunto e perceber a diversidade de recortes possíveis, foi escolhido o trabalho colaborativo como objeto principal dessa pesquisa, por conta da efervescência de iniciativas interessantes deste segmento na cidade do Rio de Janeiro². Os espaços escolhidos foram: O Templo, unidade da Gávea, Catete92, no Catete, e a Comuna, em Botafogo, por se tratarem de casos reconhecidos, além de guardarem semelhanças e diferenças entre si. A escolha de cada caso se justifica por todos serem exemplos de sucesso em seu segmento.

O objetivo do trabalho é investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca. O que motiva a opção por esse tipo de trabalho? Quais são os valores compartilhados pelos membros do grupo? Como cada ambiente se estrutura dentro dessa nova dinâmica? Quais são as dificuldades de sustentar o negócio ou espaço? E, por fim, como essas questões todas se aproximam ou divergem em cada um dos estudos de caso?

Para tanto, a metodologia utilizada foi, primeiramente, uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, seguida por um estudo de caso qualitativo e comparativo dos três lugares já citados. A pesquisa se utilizou de visita ao local, entrevista e questionário para nortear os temas tratados na entrevista e padronizar questões fundamentais, que deveriam ser

¹ Mais informações em: <<https://www.ted.com/talks>>. Acesso em 28 de out. de 2014.

² Liga Experimental, Goma, Casa24, Rosa Vento, Arca Urbana, The House, Vinte, Space, Bunker e We Company, entre outros.

respondidas em todos os estudos de caso (APÊNDICE 1), além de observação pessoal da pesquisadora sobre os espaços e suas dinâmicas. Foi feita, ainda, uma pesquisa online de materiais relacionados aos lugares, como seus próprios websites, fanpages e notícias publicadas. Unir as diferentes fontes de informação, possibilitou uma análise mais profunda entre o que se fala a respeito desses espaços e como eles funcionam de fato.

Uma dificuldade encontrada na parte teórica da pesquisa foi relacionada à carência de material acadêmico sobre o trabalho colaborativo nos moldes contemporâneos, mais especificamente. Isso pode ter ocorrido, talvez, por conta de se tratar de um tema relativamente recente.

O trabalho se estrutura da seguinte forma: num primeiro momento, identificará os valores e práticas de trabalho, a que os autores chamaram de espírito do capitalismo, defendidas nos anos 60 e 90, por demarcarem períodos de forte influência fordista e toyotista, respectivamente. Assim, comparativamente, se nos anos 60, os valores e práticas de trabalho estavam ligados a plano de carreira, estabilidade, hierarquia piramidal e meritocracia, nos anos 90, a estruturação já é mais flexível, as equipes são atomizadas, pluridisciplinares, valoriza-se a autonomia, a confiança bem como a figura do líder carismático. Além disso, as empresas tornam-se mais enxutas, focando em sua área de especialização e terceirizando as demais, numa linha de pensamento *just in time* (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009). Sennett (1999), por sua vez, aponta uma corrosão no caráter provinda dessa flexibilização do trabalho e e mudança do plano de carreira para projetos e *jobs*.

Chegando aos dias de hoje, é feita uma análise do atual contexto econômico e as principais mudanças possibilitadas pelas inovações tecnológicas, as quais Rifkin (2014) chama de *The Internet of Things* - IoT (ou a Internet das Coisas), conectando as pessoas em escala global, facilitando o compartilhamento e a geração de capital social. Assim, segundo ele, está se organizando um novo modelo de economia, diferente do Capitalismo, chamado *Collaborative Commons* (ou Bens Comuns Colaborativos). Essa nova realidade econômica está alterando a maneira como acontecem as relações humanas, incluindo o trabalho, gerando, por exemplo, “desemprego tecnológico” e uma mudança de ocupação com atividades repetitivas e desinteressantes, feitas então por máquinas, para temas não-econômicos, cada vez mais voltados para as artes e “busca pela transcendência” (KEYNES *apud* RIFKIN, 2014, p.11).

Ainda nesse capítulo, será descrito a maneira como as influências tecnológicas contribuíram com dois fatores principais para esta nova economia: (1) descentralização radical na capacidade de contribuir para ações efetivas e a autonomia de decidir naquilo que

sabe e pode contribuir e (2) contar com os fluxos de informação social, abordagem organizacional e estruturas de motivação em vez de preços ou comandos, para motivar e dirigir as contribuições produtivas (BENKLER, 2004). Sociedades diferentes podem ter o mesmo acesso a tecnologias, mas seu uso dependerá da cultura de cada uma. Assim, ele admite que a tecnologia tem papel chave, mas não é determinante na construção das relações sociais.

Num segundo momento do trabalho, serão analisados mais profundamente os novos comportamentos e os fatores culturais que os influenciam. É visto que cada vez mais os jovens se distanciam do uso das mídias tradicionais, como a TV, e buscam as novas mídias, como computadores, celulares e tablets, num movimento saindo do puro consumo, em direção à interação. A produção P2P (“*peer-to-peer*” ou em pares) é cada vez mais praticada, sendo formada uma cultura de “individualismo cooperativo” (BAUWENS, 2005). Além disso, serão compreendidas as motivações para esse tipo de comportamento, mais intrínsecas do que extrínsecas, ou seja, mais voltadas pela satisfação em realizar o ato em si.

Para compreender as diferentes expressões da economia colaborativa, é descrita uma categorização das mesmas, incluindo suas subcategorias e exemplos, de forma a compreendê-las melhor: (1) o consumo colaborativo, formas alternativas de se ter acesso a bens e serviços, como por meio de empréstimo, aluguel, troca, etc; (2) a produção colaborativa, na qual os bens são projetados, produzidos e distribuídos em redes ou grupos de pessoas; (3) o aprendizado colaborativo, no qual o conhecimento e as habilidades são trocadas entre os indivíduos de forma conjunta e; (4) a finança colaborativa, que trata de emprestar, financiar e investir sem ser necessária a intermediação de uma instituição formal, como os bancos.

Em seguida, é apresentado em mais detalhes o trabalho colaborativo. inicialmente apresentando um breve histórico do termo *coworking* (o termo referente a trabalho colaborativo em inglês). Logo após, são expostas as principais razões para se trabalhar em espaços colaborativos, bem como alguns dados que demonstram a expressividade do *coworking* no Brasil.

No terceiro capítulo, são apresentados os estudos de caso feitos em três espaços colaborativos da cidade do Rio de Janeiro: O Templo, Catete92 e Comuna. Em cada um deles serão abordados seus valores, breve história, estrutura e divisão do trabalho e do espaço, e dificuldades enfrentadas para manter o espaço de acordo com sua concepção.

O Templo conta hoje com duas casas, uma na Gávea e outra em Botafogo, e tem como objetivo fornecer um espaço que contribua para a troca de ideias e experiência e de conexões em prol da construção de um mundo novo. Além de alugar espaços na casa para empresas e

freelancers, acontecem cursos, palestras e workshops nas temáticas de criação e inovação, com formato de educação não-formal. Além disso, eles também organizam o Templo Journey, uma experiência imersiva ao Vale do Silício, a “meca” do empreendedorismo e inovação mundial.

O Catete92 é “uma casa de livre criação e aprendizagem”³, localizada no Catete. É uma das três casas nesse formato existentes no Brasil. Os valores principais que são, ou deveriam ser, partilhados por quem usa a casa são: autonomia, a autogestão, compartilhamento e confiança. Não há controle das pessoas que entram na casa ou das atividades e cursos recebidos, tudo é autogerido, desde a agenda de eventos, até a comida na geladeira e manutenção da casa.

A Comuna “é um espaço multifuncional, plataforma de convergência de diferentes idéias e projetos. Um lugar aberto, comum, e colaborativo.”⁴ Estão instalados na casa um bar e restaurante, a editora Bolha e um espaço para exposição de arte chamado Casamata, além de promover eventos fora da casa e receber outros. A missão é, junto com amigos e pessoas com afinidade com o projeto, suprir iniciativas nos campos do entretenimento e da arte, das quais a cidade carece.

³ Retirado de: <catete92.com/sobre/>. Acesso em 28 de out. 2014.

⁴ Retirado de: <comuna,cc>. Acesso em 28 de out. 2014.

2. BREVE HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1 Antecedentes e transformações

O trabalho é definido no Minidicionário da Língua Portuguesa como: “tarefa; aplicação da atividade física ou intelectual; serviço; esforço; fadiga; ocupação; emprego” (BUENO, 1996, p.647). Existe uma atual tendência mais participativa e colaborativa no campo do trabalho, que será estudada nesta pesquisa, e pode ser melhor compreendida tendo em vista as formas as quais ela se opõe. Os autores Luc Boltanski e Ève Chiapello distinguem o espírito do capitalismo entre os anos 60 e os anos 90, ou seja, entre dois modelos de como obter lucro de modo “atraente, interessante, estimulante, inovador ou meritório” (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p.85).

Esses períodos foram escolhidos, por representarem a lógica do trabalho com ideais fordistas⁵ e toyotistas⁶, respectivamente, ficando clara a distinção de ambos os modelos e permitindo compará-los. Para isso, os autores utilizaram como base a literatura de gestão empresarial: textos nos moldes de livros edificantes ou manuais de instrução, que apresentam exemplos de posturas exemplares e moralizadoras, de forma a educar os empresários que os lêem de acordo com a ideologia vigente⁷.

A busca pelo lucro deve ser feita sem colocá-lo em primeiro plano, pois isto seria ignorar as motivações pessoais que estimulam os executivos. É necessário então que as normas do trabalho e do lucro da empresa estejam alinhadas com os desejos pessoais de autorrealização almejados por seus funcionários (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p.85).

Num primeiro momento do espírito do capitalismo, era prezada a legitimidade do patrimônio, ou seja, a empresa passaria das mãos de pai para filho, herdeiro legítimo do negócio, ou da economia familiar (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009). Já a partir dos anos 60, esse valor foi sendo substituído pelo elogio à profissão e competência. A maior preocupação estava ligada a como motivar os executivos e fazer com que eles sentissem que suas aspirações ao sucesso estavam sendo atendidas. A preocupação na época era tão grande que se criou uma teoria da motivação chamada “Hierarquia de Necessidades de Maslow”

⁵ Modelo de linha de produção especializada, padronizada e que visa a eficiência e o rendimento.

⁶ Modelo de produção flexibilizado, diversificado e otimizado, usando apenas os recursos necessários para suprir a demanda.

⁷ Cerca de 60 textos de cada época foram reunidos em dois *corpora* (conjunto de informações sobre determinado assunto) e servirão de base para a comparação.

(ANEXO 1), na qual as necessidades humanas são colocadas em ordem de prioridade e só buscaremos uma de nível mais alto quando as de nível mais baixo estiverem satisfeitas, sendo elas: fisiológicas, segurança, pertencimento, estima e realização pessoal (QUESTER, PETTIGREW & HAWKINGS, 2012). Assim, como o trabalho está no segundo nível na hierarquia das necessidades, ligado à segurança e estabilidade, a questão da carreira é muito valorizada, para que o executivo não se sinta inseguro em relação ao seu futuro.

Richard Sennett, sociólogo e historiador norte-americano, também trata das mudanças para o novo capitalismo em seu ensaio “A Corrosão do Caráter” (1999). Nos anos 60, o tempo era concebido como linear, as conquistas cumulativas e haviam garantias, como a aposentadoria, proporcionadas por uma carreira. “Carreira” significava originalmente uma estrada para as carruagens. Aplicada para o contexto do trabalho, ela serve de “canal para as atividades econômicas de alguém durante a vida inteira” (SENNETT, 1999, p.9). Nos anos 90, porém, a flexibilidade do trabalho rompeu com essa estrada, fazendo com que os empregados mudassem de um emprego ao outro. A própria palavra “*job*”, que significa emprego, teve seu sentido arcaico recuperado: “um bloco ou parte de uma coisa que se podia transportar de um lado para o outro” (SENNETT, 1999, p.9).

Essa questão ligada à falta de uma carreira e, portanto, de estabilidade e segurança, foi identificada por ambos autores, e uma tendência foi identificada por Boltanski e Chiapello: a substituição da carreira por uma sucessão de projetos. Cada um seria mais interessante que o outro e sendo um projeto bem sucedido, ele abrirá oportunidades para esses novos projetos e o desenvolvimento de ideias inovadoras (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).

Dentre as questões que perturbavam a nova classe de trabalhadores dos anos 60 em relação aos valores antigos pregados, estava a falta de confiança que os donos das empresas depositavam neles e sua falta de participação nas tomadas de decisão e na definição dos objetivos, concentradas na direção. As soluções dadas para isso foram: “descentralização, meritocracia e administração por objetivos” (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p.93). Ou seja, a cada executivo era dado um objetivo e eles poderiam comandar, dentro de suas equipes, a maneira de atingi-lo, conquistando assim a autonomia desejada.

Além disso, alcançar esses objetivos era positivo também por conta dos novos critérios utilizados para avaliar o desempenho do funcionário. Esses novos critérios, baseados na meritocracia - de avaliação de metas e objetivos- utilizariam parâmetros mais claros e confiáveis para a promoção ou não de um funcionário, em vez de critérios subjetivos, baseados nos laços sanguíneos, considerados mais injustos. Esses novos sistemas

de avaliação, afirmam Boltanski e Chiapello (2009), também reduziriam as promoções por antiguidade, que premiariam apenas a fidelidade e não a eficiência.

O espírito do capitalismo entre os anos 60 e 90 guarda semelhanças e diferenças entre si. Em ambas as épocas o aparelho excessivamente burocrático é visto de forma negativa, sendo essa crítica ainda mais acentuada nos anos 90, quando predomina a visão de que a burocracia e a administração estão ligadas à dominação, algo moralmente não aceito pelos empregados. Não somente o tipo de relação “dominantes-dominados” ou “desprezadores-desprezados” não quer ser praticado pelos superiores, como quem estaria submisso não deseja se sujeitar a esse tipo de relação. Eles estariam cada vez mais qualificados e, na realidade, mais sedentos por autonomia. O trabalho deve ser feito, então, por equipes, em que um conhecimento não é superior a outro, mas se complementam (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).

Além da atomização das equipes, as funções as quais a empresa não fosse especializada e tivesse o expertise necessário para exercê-la, passaram a ser desenvolvidas por empresas terceirizadas e os trabalhos vistos como “projetos” executados em redes, visto que elas “‘pesam menos sobre os pés’ do que hierarquias piramidais” (SENNETT, 1999, p.23). Assim, esse trabalho exige alta flexibilidade de seus integrantes, visto que eles terão de se adaptar constantemente, a cada novo “*job*” (SENNETT, 1999, p.22-23).

As equipes são, então, pequenos núcleos pluridisciplinares e mais flexíveis, diferentes das seções especializadas dos anos 60. A figura do *cadre*⁸ dos anos 60 é vista negativamente como parte de um aparelho burocrático e ineficiente, sendo substituída pela figura do gerente, um líder carismático que mobiliza sua equipe em prol da inovação e criatividade. As equipes não tem um controle rígido, pois espera-se delas autocontrole, ligado às motivações intrínsecas, aquelas ligadas ao prazer de ter o trabalho realizado (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).

Quanto à diferença entre ambos, está a adição de motivos novos, como o aumento da pressão concorrencial e clientes mais exigentes. Dá-se muito valor ao domínio das novas tecnologias que surgem, de forma a tentar adiantar-se e estar à frente da concorrência. Também transfere-se para o cliente uma parte desse controle sobre os assalariados, visto que se trabalha para satisfazê-lo e não para enriquecer os donos da empresa, pelo menos à primeira vista (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p.100-111).

Outra diferença sensível diz respeito à relação profissional-pessoal. Enquanto nos

⁸ Termo em francês que se refere a executivo.

anos 60, trabalho e relações sociais (família e amigos) eram vistos como mundos radicalmente separados, nos anos 90 são mundos indissociáveis. Os assalariados precisam se valer de competências múltiplas, como sua personalidade, para “viver em rede”. Quanto maior for a capacidade de alguém adaptar-se aos diversos ambientes de trabalho, com pessoas e contextos distintos, mais aquele profissional é valorizado, diferentemente dos anos 60, que valorizava a eficiência. Assim, ser adaptável denota lidar bem com os riscos, outra característica que difere dos anos 60, baseada na segurança e estabilidade da carreira profissional, sendo essa é uma das principais críticas a este novo modelo de trabalho (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).

Este aspecto é duramente criticado por Sennett (1999). Ele afirma que a flexibilidade do trabalho dos anos 90, a intensa rotatividade, mudanças e incertezas de uma vida sem carreira e sem narrativa linear têm impacto negativo no caráter pessoal e familiar do indivíduo. Numa vida a curto prazo, valores construídos a longo prazo, como confiança, lealdade e compromisso mútuo seriam corroídos. (SENNETT, 1999). Boltanski e Chiapello constataram, baseados na análise dos corpora, que nos anos 90, é prezado o senso de confiança. As relações de trabalho deveriam ser desenvolvidas no aspecto da confiança mútua, mobilizada pelo “líder carismático” e acompanhada pelos *coaches*⁹, mas que acabariam sendo, na verdade, baseadas no autocontrole (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009).

Outro aspecto criticado por Sennet diz respeito aos “laços fracos” que são formados devido a uma “estrutura de rede flexível e frouxa” (SENNETT, 1999, p. 24-25), sem um rígido comando de cima para baixo. Tal crítica é rebatida por Mark Granovetter e John Kotter: “(...) a lealdade institucional é uma armadilha, numa economia em que ‘conceitos comerciais, projetos de produtos, informação sobre concorrentes, equipamento de capital e todo tipo de conhecimento têm período de vida dignos de crédito mais curtos’” (KOTTER *apud* SENNETT, 1999, p.25). Os laços fracos também auxiliariam na criação de oportunidades uns para os outros, sejam elas positivas ou negativas, passivas ou ativas, de acordo com o nosso comportamento, sendo refletido através de nossas interações sociais. Isso é formado a partir de nossos hábitos e características, que apesar de não serem contagiosas como um vírus, são espalhadas por contato social com os nossos amigos, mas principalmente com os amigos dos nossos amigos e pessoas com até três graus de separação de nós (GRAVONETTER *apud* SHIRKY, 2010).

⁹ Coaches são profissionais “(...) cuja tarefa é desenvolver as competências e o potencial dos membros da organização” (BOLTANSKI & CHIAPELLO, 2009, p.108).

A proposta desse tópico foi apresentar as mudanças ocorridas dos anos 60 para os anos 90, bem como as questões críticas delas derivadas, tais como: descentralização do poder, maior autonomia e flexibilidade no trabalho, mudança da figura do “gerente” para a do “líder carismático”, risco e “projetos” no lugar de “carreira. É nesse quadro descrito, que formas não previstas começaram a se desenvolver a partir deste cenário. Assim, com surgimento dessas novas formas ganha força o chamado modelo de economia colaborativa, acompanhado dos ideais do trabalho colaborativo. Compreender o ambiente em que ela floresceu e quais foram as suas motivações principais, que veremos a seguir, é importante para associarmos de maneira mais clara suas causas e desenvolvimentos.

2.2 Contexto econômico

De acordo com Rifkin, as novas realidades econômicas estão transformando os vínculos e limites que farão parte das relações humanas no século XXI e a natureza do sistema capitalista (RIFKIN, 2000). Segundo o autor, isso teria sido causado por uma contradição existente no próprio mecanismo do capitalismo. Na busca constante pela diminuição dos custos de produção, de forma a aumentar as margens de lucro, a tecnologia existente se aproxima de um nível de otimização tão alto, que reduz o custo marginal a quase zero. Sendo isso realizado, o lucro, objetivo principal na economia capitalista, perderia seu apelo (RIFKIN, 2014).

A era capitalista está passando (...) não rapidamente, mas inevitavelmente. Um novo paradigma econômico—os “*Collaborative Commons*”—estão ascendendo no seu despertar, que irá transformar nosso modo de vida. Nós já estamos testemunhando a emergência de uma economia híbrida, parte mercado capitalista e parte *Collaborative Commons*¹⁰ (RIFKIN, 2014, p.7).

A essa tecnologia, ele dá o nome de “*The Internet of Things*¹¹”, ou IoT. Ela compreende três elementos principais: a Internet da Comunicação (relacionada aos meios de comunicação), a Internet da Energia (rede que abastece de forma eficiente energia

¹⁰ Tradução da autora: “The capitalist era is passing . . . not quickly, but inevitably. A new economic paradigm — the Collaborative Commons — is rising in its wake that will transform our way of life. We are already witnessing the emergence of a hybrid economy, part capitalist market and part Collaborative Commons”.

¹¹ A Internet das Coisas

sustentável) e a Internet da Logística (coordenando o fluxo dos bens e serviços). Cada elemento interage com o outro, permitindo que o sistema funcione como um todo. Assim, cada um deles é vital para o bom funcionamento da IoT, como ele chama (RIFKIN, 2014).

Possibilitada por essa tecnologia, a economia seria organizada segundo um modelo dominante chamado *Collaborative Commons* (ou “Bens Comuns Colaborativos”, traduzindo livremente). Os *commons* têm origem no período feudal, quando institucionalizou-se a primeira atividade auto-gerida do mundo, na qual eram partilhados os recursos naturais, como terra, água, peixe, entre outros.

Apesar de tal forma de organização ainda poder ser encontrada atualmente em, por exemplo, comunidades rurais locais, os *commons* contemporâneos são caracterizados por bilhões de pessoas interagindo, livre e democraticamente, em aspectos sociais da vida. Uma lista quase interminável de instituições formais e informais que geram capital social¹² da sociedade, podem ser citadas para ilustrar este sistema, tais como: instituições de caridade, grupos religiosos, fundações educacionais, clubes amadores de esportes, cooperativas e etc. (RIFKIN, 2014).

Comparativamente, enquanto o capitalismo prezaria por valores individualistas e motivados pelo ganho material, o *commons* é motivado por um desejo profundo de se conectar uns com os outros, pois é a produção do capital social que permite à sociedade a criação de cultura, além de senso de propósito e identidade (RIFKIN, 2014).

Assim, os valores do trabalho predominantes nos anos 90 e, portanto, condizentes com o espírito capitalista, de propriedade privada, *caveat emptor* (expressão que significa “a responsabilidade é do comprador”, em latim) e o desejo de autonomia são substituídos por inovação do código aberto, transparência e procura comunidade.

Dessa forma, a IoT:

(...) permite que bilhões de pessoas se engajem em redes sociais peer-to-peer e co-criem as muitas novas oportunidades e práticas da nova economia e que constituem a vida nos emergentes Collaborative Commons. A plataforma torna todos em prosumidores e toda atividade em colaboração. A IoT potencialmente conecta todo ser humano em uma comunidade global, permitindo o florescimento o capital social em uma escala sem precedentes, tornando a economia colaborativa possível. Sem a plataforma IoT, os Collaborative Commons não seriam nem factíveis nem realizáveis¹³ (RIFKIN, 2014,

¹² Confiança entre os membros de uma sociedade

¹³ Tradução da autora: “The IoT enables billions of people to engage in peer-to-peer social networks and cocreate the many new economic opportunities and practices that constitute life on the emerging Collaborative Commons. The platform turns everyone into a prosumer and every activity into a collaboration. The IoT potentially connects every human being in a global community, allowing social capital to flourish on an unprecedented scale, making a sharing economy possible. Without the IoT platform, the Collaborative Commons

p.280).

Nesse contexto, as transformações nas relações econômicas já foram sentidas nas indústrias editorial, das comunicações e do entretenimento, com seus produtos, como livros, notícias, softwares e músicas, disponíveis a preços próximos de zero para bilhões de pessoas. A tendência é que este modelo se espalhe para outras indústrias, como já está acontecendo, por exemplo, com energia renovável e educação online (RIFKIN, 2014, p.9).

Em paralelo a esse movimento, há outro denominado “desemprego tecnológico”, previsto por John Mayard KEYNES já nos anos 30, no qual as inovações tecnológicas seriam tamanhas que chegariam ao ponto de as máquinas substituírem o trabalho humano em setores repetitivos e desinteressantes, permitindo a possibilidade de dedicarmos nossas energias em propósitos não-econômicos, mas aos artísticos e transcendentais (KEYNES *apud* RIFKIN, 2014).

De maneira semelhante, este movimento da passagem do trabalho como prioridade para a diversão, é também descrito por Rifkin em “A Era do Acesso” (2000), como uma mudança da ética do trabalho, dominante no período anterior, para a ética da diversão. Ele descreve que “enquanto a era industrial era caracterizada pela modificação conjunta do trabalho, transformando-o em *commodity*, a ‘Era do Acesso’ refere-se, acima de tudo, à transformação da diversão” (RIFKIN, 2000, p.6).

Para Rifkin, predomina a questão econômica como principal fator de transformação, visto que as relações humanas teriam sido transformadas em *commodities* e, como as experiências culturais se tornaram um bem que pode ser vendido, cada vez em maior escala, todas as relações seriam econômicas. A cultura torna-se agora o recurso comercial mais importante, como viagens, shows, festivais, etc (RIFKIN, 2000).

Esse novo ser humano com uma *ethos* da diversão vê-se diante de dois caminhos: deixar-se seduzir pelas forças comerciais ou, como já se vê, desafiar essa ética comercial e criar novas comunidades de interesses compartilhados (RIFKINS, 2000).

Já do ponto de vista do consumo, coloca-se em pauta a problemática noção de propriedade. Segundo Rifkin:

Em um mundo de produção customizada, de inovação e atualização contínuas e de ciclos de vida de produto cada vez mais breves, tudo se torna quase imediatamente desatualizado. Ter, guardar e acumular, em uma economia em que a mudança em si é a única constante, faz cada vez menos sentido (RIFKIN, 2010, p.5).

2.3 Influências tecnológicas

Diferentemente de Rifkin, que dá maior ênfase aos fatores econômicos das transformações atuais, e estima que os *commons* necessariamente substituirão o sistema capitalista como conhecemos, Yochai Benkler considera o compartilhamento uma forma alternativa de produção econômica, que pode se adaptar ao sistema econômico atual ou vir a substituí-lo. Esse tipo de economia é possibilitado por duas características principais advindas dos avanços tecnológicos nas áreas da Internet e das redes sociais: “(1) descentralização radical na capacidade de contribuir para ações efetivas e a autoridade de decidir na contribuição e (2) contar com os fluxos de informação social, abordagem organizacional e estruturas de motivação em vez de preços ou comandos, para motivar e dirigir as contribuições produtivas.” (BENKLER, 2004, p.331). Porém, ambos autores concordam que os antigos arranjos de produção podem ter sido fundamentais, porém, no contexto tecnológico atual, manter antigas práticas deixariam a sociedade aquém das potenciais capacidades de produção.

Esse fenômeno pode incluir tanto grupos com laços fracos, como totais desconhecidos e ainda assim funcionar como um significativo modo de produção econômica. Este último é chamado pelo autor de *commons-based peer production* (“produção entre pares baseada nos bens comuns”, na tradução livre), na qual um grande grupo de desconhecidos contribui com seu esforço criativo. Dentre os exemplos mais significativos, podem ser citados o Apache¹⁴, seti@home¹⁵ e Slashdot¹⁶. Cada participante, de acordo com suas motivações pessoais, escolhe com o que, quando e como irá contribuir para o projeto em conjunto, sem que haja nenhuma hierarquia ou divisão clara de tarefas. Os bens compartilhados são o tempo, a educação e o esforço dos participantes. Tal flexibilidade é permitida principalmente devido a dois fatores desse modo de produção: modularidade¹⁷ e granularidade¹⁸ (BENKLER, 2004).

Esses modelos descentralizados de produção compartilhada são possíveis justamente pela impessoalidade e falta de hierarquia proporcionada por grupos de larga escala trabalhando em conjunto. Caso fossem necessárias relações mais complexas entre os

¹⁴ Uma comunidade de desenvolvedores e usuários que criam, de forma Open Source, um servidor.

¹⁵ Um experimento científico que utiliza computadores conectados à Internet para procurar por vida inteligente extraterrestre. Disponível em: <<http://setiathome.ssl.berkeley.edu/>>. Acesso em 25 de out. de 2014.

¹⁶ Um site de notícias relacionadas à tecnologia com conteúdo gerado e avaliado pelos próprios usuários.

¹⁷ Modularidade é a autonomia na realização de pequenas e grandes tarefas dentro de um projeto.

¹⁸ Granularidade é a adaptabilidade de uma produção de acordo com a possibilidade de alguém atender a determinada demanda, seja ela grande ou pequena.

membros, diminuiria a fluidez e autonomia dos indivíduos. O padrão de produção focado em um projeto específico permite que essa modalidade seja bem sucedida (BENKLER, 2004).

Apesar de o modo de produção P2P não representar todos os tipos de relações possíveis nesse novo tipo de economia, é importante citá-lo devido a sua relevância. Este modelo busca alcançar o maior número de participantes possível, de modo que realização das atividades seja equipotencial entre todos, ou seja, cada um possa executar aquilo que está dentro de suas possibilidades. Assim, o P2P trouxe: um terceiro modo de produção, no qual não impera o valor de mercado, mas o valor de uso ganho pela comunidade; um terceiro modo de governância, livre de hierarquias rígidas e autogerido; e um terceiro modo de posse, alternativo à propriedade privada e à estatal (BAUWENS, 2005).

Em termos de infraestrutura, esse modelo requer: tecnologia necessária para que o capital fixo esteja distribuído entre os indivíduos, no caso, computadores; um sistema alternativo de informação e comunicação, como a internet, que permita a colaboração entre os indivíduos participantes; infraestrutura de software autônoma, como blogs e plataformas wikis, além das redes sociais, que facilitam a criação de confiança e de capital social entre os usuários; infra-estrutura legal que permita e proteja esse novo valor de uso criado em conjunto; e, finalmente, a formação de uma cultura na qual esse tipo de “individualismo cooperativo” sustente o ethos necessário que motive a realização desses tipos de projeto (BAUWENS, 2005).

A dimensão que a produção compartilhada e social tem na sociedade é difícil de ser medida. Benkler a caracteriza como sendo “difusa, mas despercebida”. O censo dos EUA, por exemplo, desenvolveu o NAICS (Sistema de Classificação da Indústria Norte Americana) e os exemplos pesquisados revelaram que o conceito de compartilhamento social se diferencia do sentido mais comum do termo trabalhado na literatura atual em quatro aspectos: (1) a produção vista nos exemplos é de bens e serviços e não apenas de normas e regras; (2) são vistos todos os tipos de bens, não apenas os públicos; (3) abrangem o patamar padrão de decência humana e; (4) podem complementar ou substituir os sistemas de produção de mercado e estatal, dependendo da construção social (BENKLER, 2004).

Segundo o autor, a tecnologia tem papel chave em relação ao rendimento individual para ação tornar-se concreta, visto que dela dependem as limitações do capital físico. Ou seja, quando mais a tecnologia diminuir essas limitações, maior será a possibilidade de rendimento de um indivíduo. Assim, quanto mais os bens de capital estejam amplamente disponíveis, como computadores para a produção entre pares online, por exemplo, mais o compartilhamento será efetivo e estará onipresente. Por outro lado, quanto mais o capital

físico for necessário para ação efetiva, menos descentralizado será o compartilhamento como modo de produção. Assim, esses sistemas tenderão a replicar características mais tradicionais de produção, como a de mercado ou estatal para que suas ações tornem-se efetivas (BENKLER, 2004).

Ele admite, porém, que embora a tecnologia seja importante fator para alavancar o compartilhamento efetivo, ele não determina em que medida esse compartilhamento será praticado por uma sociedade. Diferentes sociedades com o mesmo nível tecnológico à disposição atuarão de maneiras diferentes, tendo em vista outros fatores que entrarão em questão, como a cultura. Além disso, se a cultura é endógena, ou seja, tem causa interna a ela mesma, quanto mais oportunidades para o compartilhamento existirem, maior será a tendência a que ele seja praticado, num círculo virtuoso (BENKLER, 2004).

Assim, embora os fatores histórico, econômico e tecnológico sejam de fundamental importância para as atuais transformações no trabalho, seriam eles suficientes para explicá-las? Para tanto, vamos observar em mais detalhes os fatores ligados às mudanças culturais que influenciam neste contexto.

3. A CULTURA COLABORATIVA

3.1 A cultura da participação

Em “A Cultura da Participação”, Clay Shirky trata de como o contexto social e as tecnologias disponíveis influenciam nos estilos de vida de uma sociedade. Se no século XVIII, o gim foi considerado o lubrificante social para que os londrinos pudessem lidar com as novas relações sociais provindas da Revolução Industrial, no mundo já industrializado do século XX, em uma sociedade com crescente nível educacional, aumento da expectativa de vida e do tempo livre, o lubrificante social concentrou-se em um único meio de comunicação: a televisão. Por ser uma atividade que pode ser realizada sozinha, sem necessidade de interação, ela teve papel sensível na troca do tempo dedicado a atividades sociais por atividades solitárias.

Agora, porém, vivemos uma mudança de cenário. Diversos estudos populacionais apontam para um novo comportamento entre os jovens: “populações jovens com acesso à mídia rápida e interativa afastam-se da mídia que pressupõe puro consumo” (SHIRKY, 2010, p.15). A possibilidade de participar ativamente seja da produção ou da avaliação e classificação do que se está sendo consumido é uma demanda que, segundo Shirky, sempre existiu, porém nunca teve um canal onde isso se torna possível.

Kevin Kelly, co-fundador da revista Wired, afirmou em 2011 que uma das palavras que definirá o futuro da internet é “compartilhamento”, chamando-o de “verbo primário deste mundo”. Atualmente, já compartilhamos coisas que antes não pareciam possíveis, como amigos, investimentos, memórias e expectativas e que “tudo o que pudermos compartilhar, será compartilhado.”¹⁹

O isolamento, ou “atomização da vida social”, como Shirky se refere, tornou-se tão parte dos nossos hábitos desde o século XX que agora precisamos de um termo para definir algo que sempre fez parte das relações humanas: a “cultura participativa”, como se a cultura antes fosse formada de forma individual (SHIRKY, 2010), quando ela é na verdade criada com as interações conjuntas de um determinado grupo (LARAIA, 1986).

Além disso, os baixos custos de produção e reprodução da informação agora disponíveis com as novas mídias, como computadores, tablets e celulares, quebraram o paradigma da economia Gutenberg, caracterizada por altos custos de investimento e, portanto,

¹⁹ Retirado de: <<http://www.wired.com/2011/06/kevin-kellys-internet-words/>>. Acesso em 06 de nov. 2014.

havendo necessidade de limitação na edição e curadoria do tipo de informação compartilhada para grande número de pessoas, de forma a reduzir riscos de prejuízo. A agora possível e real multiplicidade de informações disponíveis faz com que as mais variadas ideias possam encontrar voz e ação no mundo, unindo forças e ideias em escala global no sentido de realizá-las.

Shirky traz à luz um novo conceito do que considera mídia. Se antes ela era dividida entre mídia pública (relacionada à TV, jornais e etc, sob à supervisão de um pequeno grupo de profissionais) e a mídia pessoal (cartas, telefonemas e etc, feitas no âmbito privado e compartilhada nele), Shirky defende que ela é, na verdade, o tecido conjuntivo da sociedade e que ambas as mídias públicas e pessoais se misturam. O poder de um botão “publicar” no Youtube, por exemplo, pode tornar a produção pessoal de um vídeo em viral nacional e internacional, assim como cada vez mais se vê o apelo do conteúdo produzido pelos usuários em mídias tradicionais como a TV. (SHIRKY, 2010)

Esses novos dispositivos (computadores, tablets, celulares) tornaram possível a formação de novas redes e de mover-se com muito mais facilidade entre mundos até então distantes: o de consumidor e o de produtor. Antes, em uma realidade em que, por definição, se você produzisse um conteúdo deixaria de ser, por definição, um consumidor, tais papéis eram postos em pólos opostos. Hoje há uma flexibilidade muito maior, em que se pode ser um engenheiro que goste de cinema e escreva para um site nacional de críticas. Ou ser publicitária e ter seu próprio canal de culinária (SHIRKY, 2010).

Experimentos no campo da psicologia tentam explicar as motivações e probabilidade para se agir de determinada maneira. Em 1970, Edward Deci, professor e psicólogo, fez testes em que desafiava diferentes grupos de pessoas a montarem um quebra-cabeça, num jogo chamado Soma. A um grupo ofereceu recompensa financeira para chegar a novas formas de montá-lo e depois retirou a recompensa financeira. Como resultado, o desempenho no cumprimento da tarefa diminuiu após a oferta ter sido retirada, enquanto o do outro grupo se manteve estável. Esses testes de “livre-escolha”, demonstraram que “o pagamento por trabalhar com o quebra-cabeça reduzia a livre escolha em relação a mesma atividade” (DECI *apud* SHIRKY, 2010, p.68) e mostraram a importante distinção entre as motivações intrínsecas e as extrínsecas.

Enquanto as motivações intrínsecas dizem respeito às atividades nas quais a realização de algo é a própria recompensa, nas motivações extrínsecas, a recompensa está relacionado a algo que está fora da atividade. O experimento de Deci sugeriu que, embora as motivações extrínsecas possam ser úteis para tornar um trabalho indesejável, desejável (como coletar lixo,

por exemplo), pode também na verdade desmotivar a realização de uma atividade, por esvaziar as motivações intrínsecas de se desenvolver determinada atividade, como no caso do jogo Soma.

Dentre as motivações intrínsecas, Deci identificou duas delas, rotuladas por ele como “pessoais”. São elas o desejo de autonomia e o de competência. Essas motivações tornam-se mais significativas no tocante à interesse em realizar atividades não-entendiantes. Decidir o que fazer e tornar-se bom naquilo que se propõe é mais relevante do que realizar um trabalho perfeito, recompensado financeiramente (SHIRKY, 2010).

Complementando os estudos de Deci, Yochai Benkler e Helen Nissenbaum (professor de direito em Harvard e filósofa da Universidade de Nova York, respectivamente) escreveram em 2006 o artigo “*Commons-Based Peer Production and Virtue*”, no qual descreveram a importância das motivações sociais, que reforçariam as pessoais. Benkler e Nissenbaum dividiram as motivações sociais em dois grandes grupos: um ligado à conexão e participação e outro ligado ao compartilhamento e à generosidade. Ele explica que “nossas novas redes de comunicação encorajam a participação em comunidades e o compartilhamento, ambos intrinsecamente bons, fornecendo também apoio para autonomia e competência”. Encontrar pessoas com afinidade entre si e que sejam respeitadas pelo grupo tornam-se motivadores pessoais para a realização de uma atividade, a exemplo da Wikipédia (enciclopédia virtual criada de forma colaborativa usando o excedente cognitivo de seus participantes). Este ambiente compartilhado de ação transmite tanto a mensagem de “Eu fiz” como a de “Nós fizemos” e tornando o ambiente convidativo àqueles que se identifiquem com o grupo (SHIRKY, 2010, p.73-75).

Esse tipo de comportamento não dá sinais de terminar tão cedo, não apenas porque até o século XX não tínhamos as ferramentas necessárias para darmos vazão a essa necessidade, mas também por esta produção e compartilhamento amadores satisfazerem essas motivações intrínsecas (SHIRKY, 2010).

Outro aspecto importante destacado por Shirky diz respeito às oportunidades criadas pelas novas tecnologias. Mais do que uma visão tecnocêntrica e que resuma nossos comportamentos ao surgimento de uma nova ferramenta, ele argumenta que tais tecnologias foram criadas em contiguidade em relação às nossas demandas e as mudanças sociais tornadas possíveis por conta disso não deveriam nos surpreender (SHIRKY, 2010). Certos comportamentos eram “tão estáveis quanto as necessidades que os causavam” (SHIRKY, 2010, p.93), como manter nosso trabalho amador apenas para nós mesmos ou guardar nossas fotos de viagens em álbuns no armário. Dadas as oportunidades corretas, podemos nos

comportar de novas maneiras, como escrevendo em sites de crítica de cinema e tendo compartilhando nossas férias no nosso próprio blog de dicas de viagens.

3.2 A colaboração como forma de economia

“A economia colaborativa é melhor pensada como uma lente de aumento, oferecendo uma perspectiva transformadora nos valores social, ambiental e econômico que podem ser criados de um número de ativos em modos e em escala que não existiam antes.”²⁰ (NESTA, 2014, p.4)

Os primeiros exemplos desse tipo de economia com visibilidade mundial foram o AirBnB²¹, um site para alugar “espaços únicos de anfitriões locais em mais de 190 países”, lançado em 2008; o eBay²², um site para compra, venda e leilão dos mais variados produtos, lançado em 1995, hoje já movimentava cerca de US\$212 bilhões de dólares entre os mais de 110 milhões de usuários ativos. Foi um dos primeiros a lançar um sistema de ranqueamento²³, para aumentar o nível de confiança entre usuários desconhecidos. Já o Zopa²⁴ é uma plataforma de empréstimo de dinheiro diretamente com o provedor. Além de, por não haver intermediário, o lucro de quem empresta ser maior e os juros de quem pegou emprestado serem menores, a taxa de inadimplência é relativamente baixa se comparada a de bancos tradicionais. Em todos percebe-se uma relação direta de confiança entre estranhos, facilitadas pela internet, nos exemplos apresentados (NESTA, 2014).

Alguns dos pilares dessa economia, compartilhados por todos os termos e nomenclaturas citadas, são: acesso no lugar de propriedade; trabalho em conjunto no lugar de trabalho solitário; confiança; redes descentralizadas, entre outros (NESTA, 2014).

Conforme esse novo modelo de economia cresce ao redor do mundo, mais complicado é nomeá-lo. Os termos são vários e, apesar de serem comumente usados para representar comportamentos semelhantes, dadas as características em comum, é preciso saber as diferenças e limitações existentes de cada um para a sua correta aplicação (NESTA, 2014).

O termo “consumo colaborativo”, cunhado em 1978 por Joe Spaeth e Marcus Felson,

²⁰ Tradução da autora: “The collaborative economy is best thought of as a zoom lens, offering a transformative perspective on the social, environmental, and economic value that can be created from a number of assets in ways and on a scale that did not exist before.” (NESTA, 2014, p.4)

²¹ <https://www.airbnb.com.br/>

²² <http://www.ebay.com/>

²³ Segundo o Dicionário Informal, ranqueamento é uma palavra “de origem inglesa, é o ato de organizar um ranking. Ou seja, uma lista com classificações do primeiro ao último lugar”.

²⁴ <http://www.zopa.com/>

é limitado por responder apenas por uma parte, o consumo, do que é de fato a economia colaborativa como um todo. A “economia do compartilhamento” constitui um ecossistema sócio-econômico no qual os bens são produzidos, consumidos e cambiados de forma compartilhada. Porém, na economia colaborativa as relações se baseiam tanto em escambo e troca, mas também em relações comerciais envolvendo dinheiro. Já o “P2P” (*peer-to-peer*), é um modelo de negócios entre pessoas que vendem, compram, alugam e compartilham bens sem a necessidade de um intermediário. Esse modelo, porém, não abrange outros modelos de negócios, também praticados na economia colaborativa, como o B2C²⁵, B2B²⁶ ou C2B²⁷. Já a *mesh* (ou malha), cunhada por Lisa Gansky em 2010, inclui as relações facilitadas pela tecnologia digital, trazendo uma característica fundamental da economia colaborativa: a interconectividade. A *gig economy* trata de novas formas de trabalho flexíveis, porém a economia colaborativa também possui manifestações para além do trabalho remunerado. Por fim o termo “economia do acesso”, popularizado por Jeremy Rifkin em 2000, trata de um dos principais pilares dessa nova economia: acessar é melhor que ter (NESTA, 2014).

Para fins de melhor compreender o fenômeno, Nesta juntamente com o Collaborative Lab (2014), organizaram os grupos de atividades dessa economia de acordo com as semelhanças maiores guardam entre si. Elas podem ser categorizadas em quatro tipos principais, são eles: (1) o consumo colaborativo, (2) a produção colaborativa, (3) o aprendizado colaborativo e (4) a finança colaborativa.

3.2.1 Consumo colaborativo

O consumo colaborativo diz respeito a, como vimos anteriormente, formas de se acessar a bens e serviços através de empréstimo, aluguel, troca, concessão, etc. Dentro do consumo colaborativo, há três expressões principais: (1a) o mercado de redistribuição, (1b) o estilo de vida colaborativo e (1c) os sistemas de produto e serviço.

O mercado de redistribuição está mais relacionado a um melhor aproveitamento dos excessos, de forma a evitar o desperdício e compartilhá-lo com outras pessoas, como é o caso do site mundial Foodsharing²⁸, que compartilha excessos de alimento entre vizinhos e locais. Já o estilo de vida colaborativo diz respeito a novas formas de se relacionar com acomodação

²⁵ *Business to Consumer* (ou Negócio para o Consumidor)

²⁶ *Business to Business* (ou Negócio para Negócio)

²⁷ *Consumer to Business* (Consumidor para o Negócio)

²⁸ <http://foodsharing.de/>

em viagens, como é o Couchsurfing²⁹ (site mundial que empresta espaços sobrando na sua casa para receber membros do grupo), com o tempo, usando-o como uma moeda de troca, como é o caso dos bancos de tempo - como é o caso da plataforma Bliive, criada pela brasileira Lorrana Scarpione.³⁰ e com o trabalho, como é o caso dos trabalhos colaborativos, que veremos em maior profundidade no próximo tópico. Por fim, os sistemas de produto e serviço, categoria cujos produtos apresentam em comum alta capacidade de inatividade. Ou seja, possuímos o produto durante cem por cento do tempo, porém utilizamos muito menos do que ele potencialmente oferece. São os casos dos filmes, brinquedos, roupas de luxo, furadeiras, aspiradores de pó, entre outros. Um caso interessante é o do carro, bastante subutilizado, em uma média de 8% do tempo. Os outros 92% são desperdiçados quando se segue o comportamento tradicional de posse de um veículo, em vez de seu compartilhamento. (NESTA, 2014)

3.2.2 Produção colaborativa

Na produção colaborativa, os bens são projetados, produzidos e distribuídos em redes ou grupos de pessoas. Eles podem ser divididos em: (2a) design colaborativo, no qual indivíduos trabalham de forma conjunta para projetar bens e serviços, como é o caso do Quirky³¹, um site que recebe sugestões de produtos, que são votados pelo público toda semana para que os melhores sejam elaborados por uma equipe de design, que por sua vez recebe sugestões de todos quanto a cor e funcionalidades; (2b) Distribuição colaborativa, na qual os bens são distribuídos de forma organizada pelos indivíduos, a exemplo do Nimber: “(...) um serviço colaborativo peer-to-peer que conecta pessoas que precisam enviar algo de um lugar para outro, com pessoas indo para lá de qualquer forma.³²”; e (2c) “Making” colaborativo, no qual pessoas colaboram na construção de projetos e produtos, estando fora de um ambiente tradicional, formal ou estruturado. O OpenStreetMap³³ é um exemplo disso, por ser um site em que você se cadastra e pode, então, começar a editar o mapa, construindo-o em colaboração com pessoas do mundo todo, ou até mesmo o Waze³⁴, um aplicativo com

²⁹ <https://www.couchsurfing.com/>

³⁰ bliive.com

³¹ <http://www.quirky.com/>

³² “a collaborative peer-to-peer service that connects people who need to send something from one place to another with people going that way anyway.” Retirado de: <<https://www.nimber.com>> Acesso em 09 nov. 2014, tradução nossa

³³ <http://www.openstreetmap.org/>

³⁴ <https://www.waze.com/pt-BR>

informações compartilhadas sobre o trânsito.

3.2.3 Aprendizado colaborativo

O aprendizado colaborativo diz respeito a troca de habilidades e conhecimento para uma experiência de aprendizado conjunta. Ela se expressa de três formas principais: (3a) cursos abertos, cujas aulas são gratuitas e disponíveis a todos; (3b) compartilhamento de habilidades, no qual pessoas se oferecem para ensinar ou compartilhar alguma habilidade que elas possuam; e (3c) conhecimento adquirido em grupo, no qual um grupo de pessoas constrói conhecimento coletivamente. Exemplos disso são o Coursera³⁵, Skilio³⁶ e Wikipedia³⁷, respectivamente. Este último é citado por Benkler (2004) como um dos principais expoentes da economia colaborativa, junto ao Apache, e por Shirky (2010) como os exemplos iniciais bem sucedidos de produção conjunta a partir de excedente cognitivo.

3.2.4 Finança colaborativa

Por fim, a finança colaborativa trata de emprestar, financiar e investir sem ser necessária a intermediação de uma instituição formal, como os bancos. Suas expressões principais são o (4a) crowdfunding, a exemplo do Kickstarter³⁸, o maior site de financiamento colaborativo do mundo, no qual indivíduos contribuem diretamente para a realização de projetos nos quais acreditem; (4b) *peer-to-peer lending*, no qual pessoas com dinheiro para investir emprestam para pessoas precisando de dinheiro a taxas e juros baixos, a exemplo do Zopa³⁹; as (4c) moedas alternativas, como tempo e BitCoins⁴⁰, por exemplo, permitem novas formas de se mensurar e entender valores. O Bliive⁴¹ é uma plataforma em que o tempo que você oferece exercendo uma atividade para alguém, ganha relativo “T.Money” para comprar outros serviços oferecidos na plataforma. Já o BitCoin é uma moeda criada que pode ser convertida para moeda corrente tradicional ou não. O (4d) seguro colaborativo é resultado de um grupo de pessoas unidas para formar seu próprio seguro, como é o caso do “Bought By

³⁵ <https://www.coursera.org/>

³⁶ <http://www.skilio.com/>

³⁷ <http://pt.wikipedia.org/>

³⁸ <https://www.kickstarter.com/>

³⁹ <http://www.zopa.com/>

⁴⁰ https://bitcoin.org/pt_BR/

⁴¹ <http://bliive.com/>

Many⁴²”, que cobre desde animais de estimação, a carros e viagens.

Essa tendência mundial, cresce cada vez mais a cada ano, mas ainda em seus passos iniciais. Apesar de ainda não ser possível medir em números exatos sua expressividade, estima-se que já movimente cerca de 26 milhões de euros, com potencial estimado de 82 milhões de euros (EL PAÍS, 2014). É um movimento tão poderoso que já começa a incomodar as instituições tradicionais de fornecimento de produtos e serviços, como foi o caso do Uber⁴³, que já opera em 132 países, acusado de roubar empregos de taxistas na Europa; e do site para aluguel de casas e apartamentos por temporada AirBnB, proibido em alguns países e regulado em Nova Iorque, com a justificativa de que estava atrapalhando a locação de moradia para residentes da cidade (EL PAÍS, 2014). Rifkin (2014) aponta esta relação por vezes harmoniosa e por vezes de rivalidade entre os dois sistemas econômicos.

Em entrevista com Brian Chesky, fundador do AirBnB, o jornalista americano Thomas L. Friedman narra a trajetória bem sucedida do site. A ideia nasceu inicialmente de uma forma de complementar a renda para pagar o aluguel, que logo se tornou um aviso de uma rede global em que qualquer pessoa no mundo inteiro pudesse compartilhar um espaço extra em sua casa. À primeira vista, pensava-se que o site fosse se limitar atingir um nicho de viajantes, pois parecia pouco crível que grande número de pessoas fosse querer ceder um espaço de sua casa para estranhos, bem como não haveria interesse por parte dos viajantes de optarem por esse tipo de acomodação. Porém, o AirBnB cresceu tanto e tão rapidamente, que hoje é equivalente a uma grande rede de hotéis. O grande diferencial do site, segundo Friedman, não é usar a plataforma online para a locação de imóveis, mas a criação de um senso de confiança alto na comunidade, a ponto de que dezenas de milhares de pessoas sintam-se confortáveis dormindo na casa de estranhos. Agora, diz Chesky, pessoas estranhas “podem ser confiáveis como uma companhia e prover os serviços de uma companhia.”⁴⁴ (NEW YORK TIMES, 2013, tradução nossa)

Porém, nem todos concordam com essa perspectiva otimista em relação à economia colaborativa, nem a considera algo que tenha sido desejado pelas pessoas. Crítico do modelo, o americano Steven Strauss, professor da Harvard Kennedy School e colunista de economia do jornal *The Huffington Post*, diz que essa tendência não faz parte de um ideal o qual todos desejem participar e alcançar a posição de “microempreendedor”. Receber estranhos no sofá

⁴² <https://boughtbymany.com/>

⁴³ <https://www.uber.com/>

⁴⁴ “can be trusted like a company and provide the services of a company.” (NEW YORK TIMES, 20 jul 2013)

da sala, dividir suas casas com estranhos e pegar ferramentas emprestadas, por exemplo, seriam para ele a única possibilidade de estabilidade para uma sociedade vivendo uma crise mundial e o fim do sonho americano. Na falta de melhores opções oferecidas pelo mercado de trabalho, com empregos estáveis e que forneçam segurança, alugar o aspirador de pó do vizinho para economizar teve de se tornar uma opção atraente (HUFFINGTON POST, 2013).

3.3 Coworking

Feito um panorama dos fatores culturais atuais que influenciam em novos comportamentos e descrita a economia colaborativa com suas principais categorias, cada uma explicada e exemplificada, cabe, agora, compreender mais profundamente o que é o trabalho colaborativo, ou *coworking*.

“*Coworking* significa ‘um modo de trabalhar no qual indivíduos se reúnem em um lugar para criar valor enquanto compartilham informação e sabedoria por meio da comunicação e cooperação como condições de suas escolhas’⁴⁵” (UDA, 2013, p.2)

Também conhecidos como “aceleradores de *serendipity*”⁴⁶, os espaços de *coworking* são idealizados para reunir pessoas criativas e inovadoras em busca de um ambiente de trabalho que promova a troca de experiências, ideias e a colaboração. As condições do espaço devem ser propícias para o encontro entre as pessoas e o conforto dela, de forma que elas se preocupem apenas com o trabalho e não com a logística do lugar. Assim, é comum encontrarmos mesas de reunião, espaços lounge, cafeteira e uma boa conexão wi-fi nesses locais. (MORISSET, 2014)

Em 1995 nasce o primeiro hackerspace, em Berlim, chamado C-Base, é considerada uma das pré-formas de espaço *coworking*. Em 1999, Brian DeKoven lançou então o uso da palavra *coworking* para designar um método facilitador do trabalho colaborativo e de reuniões de negócios, coordenadas por computadores. No mesmo ano, é aberto o primeiro estúdio com mesas flexíveis, disponíveis para aluguel, o 42 West 24. A primeira rede de espaços para trabalho colaborativo do mundo é fundada em 2005 em Londres, a The Hub. Em 2007, o termo *coworking* ganha popularidade nas pesquisas do Google e em 2010 são criadas as

⁴⁵ Tradução da autora: “Coworking means “a way of working in which working individuals gather in a place to create value while sharing information and wisdom by means of communication and cooperating under the conditions of their choices#” (UDA, 2013, p.2)

⁴⁶ *Serendipity* é um termo em inglês, sem tradução literal para o português, que se refere a acontecimentos que ocorrem por acaso de modo feliz ou benéfico.

primeiras revistas especializadas no assunto: a Deskmag e Movebla, brasileira ⁴⁷.

Apesar de o termo ter pouco mais de dez anos, ele já é praticado em sua essência desde muito antes. Exemplos de um grupo de pessoas reunido em um espaço que permitisse o compartilhamento de ideias, já ocorria no século XIX: os pintores impressionistas como Claude Monet, Auguste Renoir, Edouard Manet, dentre outros, encontravam-se em um café parisiense para trocar e testar técnicas de pintura, colaborando em muito para o desenvolvimento deste estilo (FARRELL *apud* SHIRKY, 2010). Também o grupo de skatistas californianos chamados de Z-Boys, reunia-se para desenvolver, ensinar e disseminar novas manobras de skate, contribuindo para a inovação do esporte mundialmente (SHIRKY, 2010).

Desde sua primeira fundação, o crescimento no número de espaços *coworking* aumenta a cada ano, hoje contando com cerca de 2500 espaços ao redor de 80 países no mundo, tendo crescido 100% entre 2012 e 2013, segundo censo mundial organizado pela Deskmag (2013). Isso pode ser atribuído ao movimento iniciado nos anos 90, descrito por Boltanski e Chiapello (2009) de terceirizar serviços que não são de especialidade da empresa. Assim, essa tendência é agravada pelo surgimento de uma miríade de firmas inovadoras, microempresas, trabalho autônomo e *freelancers* (MORISSET, 2014).

Para quem trabalha sozinho e isolado, a opção por esses locais se justifica por: (1) Você está sozinho; (2) Você precisa de motivação; (3) Você ama prender coisas novas; (4) Você não tem ideia do que está acontecendo na sua região; (5) Seu balanço entre trabalho e vida pessoal está desconhecido; (6) Compartilhar recursos é RAD⁴⁸. (MORISSET, 2014).

As tarefas e competências requisitadas para a prática desse tipo de trabalho são diversas, desde que possam ser realizadas com o uso de computadores e com flexibilidade em relação ao local, como: “produção musical e de vídeo, tradução, jornalismo, design, arquitetura, trabalho legal, contabilidade, consultoria, software, engenharia, comércio eletrônico”, dentre outras. Porém, esses espaços não são encontrados em qualquer lugar (MORISSET, 2014)

O trabalho colaborativo já cresceu mais de 100% entre 2012 e 2013 ao redor do mundo, porém, percebe-se uma concentração nas chamadas cidades criativas, como São Francisco, Londres, Paris, Berlin, Amsterdam e Barcelona. No Brasil, há uma maior concentração nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. O principal fator que influenciou

⁴⁷ Retirado de: < tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!date=1996-06-11_06:17:29! > Acesso em 10 nov. 2014

⁴⁸ Desenvolvimento de Rápida Aplicação

a opção por estas cidades foram suas fortes indústrias culturais e criativas, relacionadas, como vimos anteriormente, às próprias profissões mais comumente encontradas nesse tipo de atividade. Além disso, esses espaços costumam se concentrar nos chamados “distritos criativos” (MORISSET, 2014, p.14)

Em pesquisa divulgada em 2013 pela revista brasileira especializada em *coworking* no Brasil, a MOVEBLA, foram percebidos alguns aspectos em relação a essa atividade no país. Cerca de 47,18% dos frequentadores desses tipos de espaço tem entre 26 e 35 anos e 24,38% de 19 a 25 anos. Cerca de 34,38% possui pós ou especialização e 32,19% têm Ensino Superior Completo. (ANEXO 2) (MOVEBLA, 2013)

Ainda, quando perguntados sobre a forma como se organizam no trabalho, 65,1% dos entrevistados afirmou ser por conta própria e 25,6% trabalham em uma equipe fixa. As justificativas para se trabalhar nesse tipo de espaço foram várias, sendo a mais preponderante delas, com 75,6% de respostas, foi citada a boa estrutura do escritório, seguida de uma atmosfera agradável, com 68,6% e, com 59,3%, pela interação com os outros *coworkers*. (ANEXO 3) (MOVEBLA, 2013)

4. ESTUDOS DE CASO

Concluída a pesquisa teórica, foi realizado um estudo de caso em três espaços que praticam o trabalho colaborativo na cidade do Rio de Janeiro, de forma a complementar e compreender melhor as dinâmicas e os valores envolvidos nessa área. Os espaços escolhidos foram a casa Catete⁹², O Templo e a Comuna, pois, dada pesquisa prévia sobre os lugares, todos apresentaram formas de trabalho colaborativo, mas com expressões únicas a cada um. Assim, o objetivo foi investigar as semelhanças e diferenças nesses espaços de forma a mostrar a adaptabilidade deste novo modelo de trabalho de acordo com o grupo que o adota.

4.1 O Templo

O Templo foi fundado em dezembro de 2012, por Herman Bessler, aos 23 anos de idade à época, ex-estudante de Economia da Pontifícia Universidade Católica (PUC), junto com dois amigos, Afonso Soares e Iana Bereboim. Com um investimento inicial de 80mil reais, abriram a primeira casa, na Gávea e este ano já foi aberta outra em Botafogo. Em janeiro do ano que vem, a casa da Gávea já deve se mudar para outra maior, no mesmo bairro, segundo Herman. “Criamos as estruturas e conexões necessárias para que empreendedores possam construir, juntos, um novo mundo.”⁴⁹

A razão para a escolha do nome “O Templo” é, segundo Herman, devido aos templos serem, socialmente, “lugares que reúnem o objetivo e o subjetivo”. Assim, eles não estão relacionado apenas à religião (subjetivo), mas também é lugar de encontro (objetivo). Em congruência com este pensamento, os principais valores partilhados no espaço são “a colaboração, a ousadia, a empatia e o empreendedorismo, no sentido de risco pra gerar valor”, intermediando as relações que são proporcionadas na casa. Ao entrar na casa, percebe-se o ambiente dinâmico que ela instala. Pessoas reunidas em pequenos grupos ou duplas estão espalhadas pelo salão principal, que conta com mesas grandes para quem quiser usar seu laptop, ou no quintal, visto, já da entrada da casa, através de uma parede de vidro.

Lucas Djahjah, aluno de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 25 anos, com quem eu havia marcado a entrevista a princípio, me levou em um tour para conhecer a casa. A começar pela Agência Rastro, da qual ele é um dos sócios. Foi a primeira empresa a entrar para O Templo e atua nas áreas de branding, webdesign e

⁴⁹ Retirado de: <www.templo.co/#> Acesso em 14 nov. 2014

marketing. Atualmente, conta com 14 membros.

A casa em si possui um núcleo de 24 pessoas gerindo sua infraestrutura, financeiro, comunicação, entre outras atividades. Alan Rochlin, responsável pela área de Comunidade da casa, conta que há um cuidado em oferecer toda a infraestrutura necessária para se trabalhar confortavelmente. A ideia, segundo ele, é auxiliar as pessoas a se preocuparem apenas em realizar seu trabalho e nada mais. Além do café e wifi, dupla indispensável para o empreendedorismo, Alan conta de maneira bem humorada, que a casa dispõe de aulas de ioga no pátio, *happy hour* toda sexta-feira e almoço no local, preparado pela Claudinha, outra residente (como eles chamam os que trabalham lá). A casa também está aberta 24 horas para todos que tenham a chave.

Visto que o espaço físico é limitado e existe uma fila de dezenas de empresas querendo se tornar um residente, é feita, então, uma curadoria pra escolher as empresas que farão parte deste ambiente. A escolha é feita com base nas empresas formadas por pessoas que não irão manter-se isoladas em suas salas, mas irão agregar para todos, dando, assim, preferência para as trocas e conexões humanas.

Os residentes ficam alocados de acordo com o espaço alugado, que pode ser um espaço na mesa, para freelancers, ou uma sala, para empresas maiores. Porém, os espaços são dinâmicos e flexíveis, podendo-se trabalhar onde houver espaço, além de uma sala de reuniões formal, que pode ser reservada. As empresas que buscam O Templo normalmente pertencem às áreas criativa e de inovação: produtora de vídeos, produtora de eventos, loja de roupas, gastronomia, marketing, comunicação e até mesmo o escritório do AirBnB do Rio.

O público da casa parecia em sua maioria jovem, entre 20-25 anos, mas o Lucas explicou que costumava ser ainda mais jovem, porém, agora a média de idade das pessoas está aumentando. Devido à grande procura pela casa, alugar uma sala, por exemplo, tornou-se caro (uma média de R\$3500 por mês). Então, empresas mais estabelecidas no mercado têm melhores condições de custear esse valor e que são, normalmente, formadas por pessoas na faixa dos 30-35 anos.

Auto-reconhecido como um espaço de cowork, porém não limitado a isso, o espaço é definido como: “mais do que espaços de trabalho, nossas casas são espaços de troca, convivência e aprendizado”. Herman, seu CEO e co-fundador, afirma que a casa extrapolou o conceito de coworking para tornar-se uma plataforma de empreendedorismo, troca de experiências e gamificação⁵⁰ da educação. Além de espaço cowork, O Templo também conta

⁵⁰ *Gamification* é um termo em inglês que diz respeito a elementos tipicamente relacionados a jogos (ex.:

com cursos, palestras e workshops pagos, que podem durar duas horas, um final de semana ou até oito aulas, nas áreas de “negócios, design e tecnologia que promovem o aprendizado a partir da experiência⁵¹”.

Dessa ideia de *gamificar* o aprendizado por meio de uma educação não-formal, surgiu o “Templo Journey”: “uma experiência imersiva no Vale do Silício, coração mundial do empreendedorismo e da inovação⁵²”. É também Alan o responsável por promover eventos e atividades que fomentem a conexão e colaboração entre as pessoas. Fazendo parte desse objetivo, o Templo Journey conta com três pilares: viver, aprender e conectar-se, em visitas imersivas a empresas como Google, Twitter, AirBnB, Yelp, Uber, entre outras grandes marcas na “meca” das *startups*⁵³. O grupo conta com 25 pessoas por viagem, das áreas de criação, inovação e turismo, e já está na sua segunda jornada. O valor para participar é de aproximadamente R\$9600 reais, sem contar a passagem. Do aprendizado e das conexões possibilitadas por essa viagem, Rafael Tenembau e Marcel Serrano, que se conheceram lá, fundaram a empresa Mesclado, que fabrica camisetas com estampas assinadas por artistas com o mote “Nós Vestimos Arte”, também instalada n’O Templo.

Além da Mesclado, outras empresas e oportunidades nasceram das conexões proporcionadas por este espaço. Exemplo disso é o primeiro spin off⁵⁴ do Templo, o Olabi, uma empresa de inovação tecnológica, criada em abril de 2014, localizada em Botafogo. O Olabi tem os pilares: “experimentação criativa, inovação de garagem e redes e projetos de impacto⁵⁵”. Além disso, por exemplo, a Agência Rastro e outras duas empresas do Templo dividirão um cliente, o curso de inglês Brasas, cada uma cumprindo suas funções específicas, como se fossem uma empresa só, conta Lucas. Um amigo dele também, advogado, apaixonou-se pelo modelo de trabalho e abrirá sua própria empresa de consultoria para *startups*.

Esse tipo de relação fluida é percebida ao andar pela casa. Durante o *tour*, por exemplo, o Lucas ia me apresentando a algumas pessoas. Duas delas estavam conversando de pé no meio do pátio e um deles se desculpou por não poder dar atenção no momento, pois estava tendo uma reunião - de pé, pois era mais produtivo. Riu e confirmou bem humorado “é mais produtivo mesmo!”. Ou durante uma das entrevistas, um dos entrevistados apontar para

pontuação, competição, regras do jogo), aplicados em outros campos de atividade.

⁵¹ Retirado de: <www.templo.co/#>. Acesso em 14 nov. 2014

⁵² Retirado de: <www.templo.co/#>. Acesso em 14 nov. 2014

⁵³ Empresas jovens e inovadoras, procuram desenvolver um modelo de negócio que atinja um grande número de clientes e que gere lucros em pouco tempo, sem ocorra aumento significativo dos custos.

⁵⁴ Termo utilizado para descrever uma nova empresa que nasceu a partir de uma outra.

⁵⁵ Retirado de: <<http://olabi.co/>>. Acesso em 15 nov. 2014

uma mesa com quatro pessoas conversando e falar “ali tem quatro empresas”. Ele afirmou que é isso o que a casa procura oferecer. Ele afirma que você deve estar atento ao que acontece a sua volta, pois dessas conversas pode surgir uma oportunidade, promovendo situações “ganha-ganha”⁵⁶.

Sobre as motivações para se trabalhar em um coworking, Lucas citou o *golden circle* (círculo de ouro), uma teoria da motivação criada por Simon Sinek⁵⁷, na qual o mais importante para inspirar aos outros, é começar falando do “por quê” daquilo que se quer defender. Tal ideia está alinhada com a defendida por Herman: O Templo tem como objetivo gerar lucro, por ser uma empresa, mas além disso, deseja gerar impacto na sociedade. Os funcionários, então, trabalham em prol desta missão.

Dentre os principais desafios para manter o espaço, Herman citou três principais: (1) os custos de manutenção e operação, (2) a construção de uma cultura colaborativa entre os grupos e (3) a margem baixa e de escala, ou seja, para você crescer em produtividade, é preciso necessariamente crescer fisicamente, em número de pessoas e espaço para acomodar a todos confortável e eficientemente. Tanto Herman como Lucas concordam que este é um processo lento.

Quanto às perspectivas para o futuro em uma empresa não hierarquizada e, portanto, sem um plano de carreira definido, Lucas explica que, se a empresa cresce, todos crescem juntos. Há uma corresponsabilização⁵⁸, tanto para ter a visão de que algo deve melhorar e todos fazem parte disso, como para colher os frutos positivos. Ele citou o exemplo de um dos funcionários que teve dificuldades financeiras ao sair de casa e, para manter uma boa condição, foi acordado aumentar o salário dele, que ficou ainda maior que o dos sócios. Ele porém, após refletir sobre o seu trabalho, conversou com o grupo e optou por ganhar um valor menor e mais condizente com o que ele oferecia.

4.2 Catete92

O Catete92 é “uma casa de livre criação e aprendizagem”. Em seu website⁵⁹, eles a definem como: “Um lugar cuja única finalidade é ser uma plataforma para exploração de possibilidades, encontros inusitados, e **construção coletiva de projetos**.”

Para aqueles que sentiram o chamado da autonomia e querem companhia em seus mergulhos na incerteza e aprendizados. Criando, **na prática**, algo especial.

⁵⁶ Relação na qual ambas as partes envolvidas se beneficiam dela.

⁵⁷ Expert em liderança e autor dos livros “Start With Why” e “Leaders Eat Last”

⁵⁸ Responsabilidade por algo é dividida entre os membros do grupo

⁵⁹ <http://www.catete92.com/>

Você **escolhe** como quer interagir e como pode contribuir.⁶⁰,”

Fundada há sete meses pela Edilaine Guerreiro (mais conhecida como Didi), Felipe Duarte e Guilherme Maueler, nasceu de uma necessidade do Estúdio Pira⁶¹ encontrar um espaço para se instalar. Felipe e Guilherme, junto com a amiga Didi, tinham a opção de alugar a casa e dividi-la com outras duas empresas, ou fazer algo diferente. Eles optaram por iniciar este espaço, sendo uma das três casas desse tipo existentes no Brasil. A primeira foi a da Liberdade⁶², em Porto Alegre, seguida da Laboriosa⁶³, em São Paulo. Todas recebem o nome da rua onde são situadas, com o intuito de evitar que se crie uma identificação do espaço como uma instituição. Da mesma forma, para se evitar esse tipo de atribuição, sua página no Facebook⁶⁴ não possui post algum, pois dar-se-ia a entender que seria a casa falando. A conexão entre os frequentadores da casa se dá através de um grupo do Facebook⁶⁵ e um grupo de emails.

Ao chegar na casa, toquei o interfone na casa 3 e alguém, sem perguntar meu nome, abriu. Do portão de entrada da vila já podia ver um fotógrafo do lado de fora da casa e pessoas sendo fotografadas à janela. Entrando na casa, na sala principal, mais um grupo de pessoas, todos aparentemente envolvidos na sessão de fotos, movimentando-se entre os equipamentos e mochilas espalhados pelo chão. Falei então para a Didi que gostaria de conhecer a casa e saber como ela se organizava, para meu trabalho final da faculdade. Fomos então para a chamada “sala do relax”, no andar de cima, para podermos conversarmos melhor. No término da entrevista, ao voltar para o andar de baixo, as pessoas tirando as fotos já haviam ido embora. A janela, fechada; a sala, organizada; as luzes, apagadas; e o gato Zé, o único morador da casa, dormindo em cima da mesa de centro. O ambiente estava pronto para ser utilizado novamente.

O Catete⁹² recebe por mês uma estimativa de 200 a 500 pessoas, segundo a Didi, e as atividades que acontecem na casa são bastante diversificadas: oficina de música para crianças, Brincantes, uma interação lúdica com um grupo de pais que organizam uma creche parental (pais e mães se organizam e fazem a creche dos filhos, cuidados cada dia por um dos pais junto a uma pessoa especializada em cuidados infantis, criando uma relação diferente da de

⁶⁰ Retirado de: <catete92.com/sobre/>. Acesso em 14 nov. 2014

⁶¹ Segundo o site oficial, “o Estúdio Pira é uma célula de conspiração criativa. Somos especialistas em criar e implementar narrativas de alto impacto e relevância.” Descrição disponível em: <<http://estudiopira.com>>. Acesso em 05 de nov. de 2014.

⁶² <https://www.facebook.com/CasaLiberdade>

⁶³ <http://www.laboriosa89.com/>

⁶⁴ <https://www.facebook.com/casacatete92?ref=ts&fref=ts>

⁶⁵ <https://www.facebook.com/groups/648691695186181/?fref=ts>

creches tradicionais), esoterismo, heike, massagem, acupuntura, comunicação não-violenta, reuniões de negócios, encontros do Projeto Jovem Empreendedor da Shell, *coaching* para empreendedores, ensaio de teatro, aula de desenho, estúdio de design, programadores, entre outros.

Quanto à colaboração entre os projetos, a Didi, quem me recebeu na casa, disse que os próprios espaços da casa incentivam a interação com as pessoas. Inclusive relatou que no dia anterior à entrevista, ela e os designers da agência tiveram de se reunir na casa de um deles para poder se concentrar na realização de um trabalho que exigia muito foco, já que na casa eles não conseguiriam isso. Uma solução para isso, dentro da casa, seria usar fones de ouvido, por exemplo, além de poder reservar uma das salas, desde que a ocupasse de forma transitória.

Os valores partilhados pelas pessoas que frequentam a casa são, ou deveriam ser, a autonomia, autogestão, compartilhamento e confiança. Refletindo esse pensamento, a reserva dos espaços acontece de forma autogerida: uma planilha com a agenda de cada espaço da casa é disponibilizada online e basta encontrar um horário livre e marcar o seu evento. As doações para a manutenção da casa também acontecem de forma espontânea e autogerida. No site, há três sugestões de como escolher o quanto doar, são elas: a abordagem afetiva (dar o quanto o seu coração mandar), a pragmática (feito um cálculo dos gastos necessários para manter a casa, dividido por uma média de quantas pessoas usam a casa naquele mês, chegou-se a uma média de R\$4,45 por pessoa, por hora), ou a mista. Para incentivar as doações, são oferecidas diversas recompensas para doações de acordo com a faixa de preço, além de um crowdfunding recorrente no Benfeitoria e pedidos após eventos e palestras, quando ao final dos mesmos, explica-se a importância das doações. No salão principal também há um jarro com um quadro negro em cima explicando a importância de se manter a casa funcionando.

Os outros recursos, como comidas na geladeira, são partilhados e repostos espontaneamente conforme acabam, ou “vendidos”, num sistema de deixar um bilhete na geladeira escrito “Vai uma breja aí? Pegue a sua e coloque R\$3,00 no pote em cima do microondas”. A infraestrutura da casa também é gerida colaborativamente, porém, não necessariamente em conjunto. Eles partem de um princípio: “viu um problema, ele é seu. Passou na cozinha, tem louça: lava”, de forma a evitar o desvio de energia que poderia estar sendo usada na resolução do problema, da mesma forma que se você visse algo perigoso sendo feito na rua, você se prontificaria para resolver.

A maior dificuldade para a manutenção da casa são as pessoas que fazem eventos pontualmente na casa e não entendem o conceito dela. O exemplo dado pela Didi foi em

relação a uma reclamação recebida sobre a marcação de eventos na agenda. Ela teve um problema com um de seus eventos e mandou um email para o grupo de emails reclamando com a “gerência” responsável pela organização dos eventos. Pede-se que antes de realizarem algum evento, a pessoa visite a casa e busque saber como ela funciona, para evitar desencontros desse tipo, onde se busca alguém para responsabilizar, quando não há. Outro exemplo dado foi em relação a, ao final do evento, virem perguntar “então, quanto custou?”, como se o local fosse um espaço de aluguel para eventos, o que também não é o caso.

Além disso, há problemas por conta de a casa se localizar em uma vila residencial: reclamações dos vizinhos por causa de barulho, muitas garrafas de bebida no lixo, a entrada de pessoas estranhas e até mesmo o gato, Zé, andar pela vila sem coleira são motivos de reclamação. Chegou-se a conclusão de que a casa precisaria ser de rua e, portanto, eles consideram se mudar como alternativa. Não há reunião coletiva alguma para decidir o que deve ser feito e, se alguma decisão tomada por alguém incomodar, ela pode ser conversada e resolvida entre as partes. Cada pessoa deve usar o seu bom senso para impedir que qualquer coisa que coloque em risco a existência da casa, deve ser controlada, de acordo com a legislação e segurança.

Os valores partilhados (autogestão, compartilhamento e o paradigma da abundância), além de serem difundidos no website, são reforçados em eventos que acontecem na própria casa sobre economia colaborativa e compartilhada, segundo a Didi. Em um desses eventos, surgiu a ideia de fazer um mural em uma parede da casa, com cartões preenchidos individualmente de coisas que elas precisavam e coisas que elas ofereciam. A ideia veio do livro “Desejável Mundo Novo”, que trata de criar futuros e, para criá-los, seria preciso primeiro sonhá-los. Para isso, é necessário avaliar o que você quer para hoje e fazer um levantamento do que você precisa para alcançar esses objetivos. Feita a lista de tudo o que você precisa, seria muito mais fácil saber o que se tem a oferecer.

4.3 Comuna

Criada no final de 2011, a partir de um desejo de 3 amigos de suprir faltas que encontravam no cenário carioca, a Comuna surgiu a partir de uma festa, a Palaflou, que buscava trazer música diferente, num horário alternativo, entre tarde e noite, gratuito, com um clima descontraído de encontro na casa de amigos, conta Duda Pedreira, 27 anos, co-fundador da Comuna. A partir daí, percebeu-se que dentro daquela rede de pessoas existiam muitas outras oportunidades de usar aquela sala. Se mudaram então para essa casa maior, em

Botafogo e hoje possui cerca 30 membros. A logo (ANEXO 4) da Comuna é composta por quatro barrinhas, que formam um quadrado não fechado, vazado nos cantos. Cada linha é uma área, por exemplo, produção de eventos, Cozinha, Sala de Estar e Casamata. Ela é:

(...) um espaço multifuncional, plataforma de convergência de diferentes idéias e projetos. Um lugar aberto, comum, e colaborativo. Nossa casa alberga um bar & restaurante, um espaço expositivo chamado CASAMATA e uma loja multimarcas, a SALA DE ESTAR.

Cozinha Comuna: Restaurante, café e bar. Criada de forma colaborativa, usamos a rede como plataforma de criação e re-criação, e para compartilhar idéias e receitas. Sorvendo influência de todos cantos do mundo e misturando tudo num barril, somos uma cozinha pirata e poliafetiva, dispostos a agradar estômagos vorazes e carentes.

A Bolha: A Bolha Editora é uma editora independente especializada em títulos trazidos para o português que se dedica também à divulgação de obras brasileiras na América do Norte. Traduzir significa trazer obras que dificilmente seriam lançadas no Brasil.

Sala de Estar: A Sala de Estar é um espaço que reúne criações de novos estilistas. Até o momento, conta com 29 marcas, incluindo roupas femininas, masculinas, acessórios e obras de arte. Cada uma delas segue um processo criativo distinto – há desde peças manufaturadas a outras produzidas em escalas industriais.

Casamata: Galeria de arte independente que funciona dentro da Comuna.⁶⁶

O Rio de Janeiro é uma cidade muito carente de iniciativas que são paralelas e interessantes e com forças jovens e contemporâneas, diz Duda. A Comuna tenta suprir essas faltas e gostariam de ter ainda mais oportunidades de “fomentar e financiar projetos e pessoas que tenham sinergia com a nossa missão”. Eles consideram importante circular pela cidade, não ficar apenas dentro da casa, e sim criar raízes e redes. Para tornar isso possível, eles ativam a rede de amigos pra promover o conteúdo que precisam e criar essa situação.

⁶⁶ Retirado de: <<http://comuna.cc/>>. Acesso em 29 de out. 2014.

Exemplos disso são a própria Casamata, administrada pelo Duda em conjunto com a Luiza e a Lara, que cuidam da curadoria do espaço, trazendo artistas para expor. A Selvagem, uma festa famosa de São Paulo também foi trazida para o Rio por eles Além do evento Pão de Forma, criado em colaboração com A Bolha, uma feira de arte impressa com o intuito de divulgar novos artistas independentes ou dificilmente encontrados no cenário comercial tradicional, que deu origem a outro evento, a Fatia, com o intuito de aprofundar essa discussão em torno da divulgação de novos artistas. Além disso, a casa também abre espaço para receber projetos como a Junta Local, uma feira de alimentos que reúne pequenos produtores.

O objetivo da Comuna, explica Cassius, é sempre tentar fazer algo diferente, achar uma alternativa e não fazer as coisas como estão sendo feitas sempre. Eles tem o próprio jeito de fazer as coisas. Um exemplo simples, mas que ilustra bem este aspecto, é a escolha pelo quadro de giz no bar: investe-se um tempo alto para preenchê-lo e em um dia alguém coloca a mão e estraga. “É o melhor jeito? Não, mas é o jeito mais legal. É o jeito que tem mais a ver com a empresa”. Duda explica que a Comuna já teve propostas que poderiam dar muito mais dinheiro do que o caminho escolhido, mas foi o caminho que fez mais sentido para eles. Por exemplo, ele não tiraria uma foto com uma mochila que não usa para postar no Instagram apenas para fazer propaganda.

No que diz respeito às conexões de trabalho, Duda conta: “A gente vai se relacionar muito com amigos mesmo, com pessoas que tenham certa simpatia, certa conexão com o projeto, que vem aqui, começam a ajudar e começam a trabalhar e começam a se envolver. A partir disso, a gente vai aprofundando os laços e vê como é que isso pode se tornar projetos, que é uma coisa muito feliz e satisfatória pra gente, porque uma das nossas missões é poder criar uma espécie de estrutura que consiga sustentar pessoas e projetos do Rio de Janeiro, que tenham afinidade com o nosso”, criando assim um círculo virtuoso. O vínculo com a Bolha, por exemplo, é uma relação próxima de trabalho, não restrita somente a locatário-locador. Assim, eles disponibilizam o espaço não só para a editora ter um espaço, mas também porque acreditam que isso traz valor ao projeto da Comuna como um todo. Para Cassius, afinidade é essencial, pois por mais que a Comuna seja uma empresa, não é no sentido estrito da palavra. Não funciona como uma empresa em muitos aspectos, como na divisão operativa de setores, por exemplo, na qual cada um faz o que precisa ser feito.

A Comuna é uma empresa e se sustenta com a renda de bar, restaurante e prestação de serviço, além de alugar o espaço. A Comuna é uma empresa, mas a maneira como ela funciona é muito diferente. Quanto à divisão de tarefas e escolha dos projetos, como a Comuna está relativamente dividida em áreas, elas tem certa autonomia e, como o grupo está

em sintonia, a divisão nunca se torna uma questão, acontecendo então de forma orgânica. Se alguém tem um projeto com um propósito concreto, “meio que já está aprovado por todo mundo”. Duda ainda conta nunca ter acontecido de um projeto que alguém acredita muito, as pessoas não enxergarem isso. Os parâmetros são muito bem definidos e por mais que eles não estejam escritos em papéis, eles estão presentes no dia a dia.

Segundo Cassius, não existe uma divisão clara de cargos na Comuna, eles buscam fazer essa divisão, para estabelecer as tarefas, mas o mais comum é que ela não exista. Normalmente, não existe um “chefe”, que demanda dos outros. Isso acontece eventualmente, pois “se todo mundo pode fazer tudo, quem vai fazer aquilo que ninguém quer fazer? Fica complicado, entende? Essa é a maior questão quando você trabalha dessa forma. Aqui normalmente a gente pega as coisas bem”. Para ele, a Comuna está no limiar entre um trabalho e um coletivo, mas não é um coletivo, pois lá, as demandas são mais fluidas e eles tem uma equipe de limpeza, por exemplo, o que não aconteceria em um coletivo.

A cozinha, porém, é o espaço da casa com a forma de trabalho mais tradicional, tanto por receber currículos e entrevistas para contratar seus funcionários (mas também recebe muita indicação) como na questão da menor flexibilidade dos horários: os garçons e cozinheiros precisam estar presentes no horário de funcionamento do local, que é quando eles precisam receber os clientes.

A divisão do espaço acontece conforme necessidade. Por exemplo, os eventos eram onde hoje é o escritório, mas fazia muito barulho para a rua, atrapalhando os vizinhos. Eles então isolaram acusticamente o salão dos fundos e lá é onde acontecem as festas. Já a Casamata é no primeiro andar porque sempre foi lá, por exemplo. Quanto à divisão do tempo, é feita de forma flexível para os funcionários que não trabalhem na cozinha, no bar ou na limpeza, pelos motivos já citados.

As dificuldades maiores são pouco relacionadas à cultura de colaboratividade e ao dia a dia do trabalho. Elas se são relacionadas na verdade a falta de auxílio para empreendedores no Rio de Janeiro; falta de espaços acessíveis e interessantes para sediar eventos que promovam o trabalho dos jovens, pois o Rio está muito caro, então o preço para a prestação desse serviço também encarece e complica a realização do evento; de que forma a Casamata ganha dinheiro se eles se propõe a ser um espaço expositivo que não vende nada, como driblar isso? Além disso, todos os envolvidos na administração dos recursos são da área de Humanas, nenhum tem formação formal em gestão e administração, o que também dificulta a administração do espaço, segundo Duda. Para o Cassius, a dificuldade é o risco x ganho, e o risco é muito maior em empresas inovadoras. Há muita experimentação, para ver o que dá

certo e o que não dá, o que funciona e o que não funciona.⁶⁷⁶⁸

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de ter realizado apenas cinco visitas em profundidade aos espaços de trabalho colaborativo pesquisados, foi possível analisar a opinião geral, visto que são pessoas que representam os grupos aos quais pertencem, por se traterem de seus fundadores e/ou usuários dos espaços. Todos foram muito receptivos, abertos, dispostos a participar e responderam de forma bastante natural às perguntas do questionário, fornecendo exemplos.

Quanto à divisão das tarefas, percebe-se que ela varia em grau de organização entre os espaços. Enquanto o Catete92 não possui organização alguma desse tipo ou um núcleo responsável que a coordene, por ser autogerido, a Comuna possui certa organização, mas ela é fluida, podendo variar de acordo com as demandas. Já O Templo é o espaço que possui a organização mais estruturada, mas ainda assim, horizontal, baseada na corresponsabilidade. A infraestrutura do Catete92 é mantida no formato de coletivo, em que cada pessoa cuida daquilo que está a seu alcance, sem ser necessário receber ordens, porém, contam com uma faxineira mensalmente; tanto a Comuna como O Templo terceirizam seu serviço de limpeza mais frequentemente.

A divisão do espaço e tempo é bastante diferente nos três casos. No Catete92, os espaços são divididos conforme disponibilidade, com grande rotatividade, que acompanha o grande número de pessoas que frequenta a casa. Já na Comuna, essa divisão é um pouco mais fixa, variando a médio prazo de acordo com a necessidade. No Templo, ela é variável de acordo com a locação das salas, mas mais flexível no primeiro andar, onde também os espaços são alugados, porém não há lugar fixo. A organização do tempo segue ordem semelhante a do espaço: sem controles rígidos no Catete92; flexível na Comuna, tornando-se mais rígida apenas na Cozinha; e no Templo há empresas que trabalham regularmente 8 horas por dia, mas outras, como o AirBnB, aparecem mais esporadicamente e os *freelancers* tem o horário mais livre.

Em relação aos valores principais citados por cada entrevistado, fica bem marcado o princípio da autogestão no Catete92. Dessa forma, o trabalho colaborativo é uma das expressões proporcionadas pela casa, porém não a principal. É compartilhado o espaço físico, bem como a responsabilidade por mantê-lo em ordem, para que todos tenham a oportunidade de usá-lo. Já, tanto no Templo como na Comuna, há também o compartilhamento do espaço, de modos singulares em cada local, mas a ênfase está na criação de novas oportunidades por

⁶⁷ Fotos dos três espaços disponíveis nos APÊNDICES 2, 3 e 4

⁶⁸ Autorizações para uso de entrevistas disponíveis nos APÊNDICES 5, 6, 7, 8, 9 e 10

meio da troca de experiências e conhecimento em conjunto.

Dentre as dificuldades encontradas para manter os espaços segundo sua concepção inicial, a que foi comum a todos está ligada às finanças. Se no Catete92 a dificuldade é receber as doações necessárias não apenas para a casa manter-se funcionando, mas para que sejam feitas as melhorias desejadas, no Templo e na Comuna, as dificuldades estão ligadas à margem de lucro. No Templo, além dos altos custos de investimento, para a empresa crescer, eles têm de ser proporcionais. Já na Comuna, espaços como a Casamata não tem como objetivo gerar lucro, e são mantidas por ser um projeto no qual os membros da Comuna acreditam.

Outras dificuldades foram, no Catete92, a compreensão por todos os que frequentam a casa, do conceito da mesma, além da questão da vizinhança se incomodar com o barulho ou entrada de estranhos, por exemplo. No Templo, também foi citada a dificuldade de se criar uma cultura que acompanhe os valores colaborativos do espaço. Já na Comuna, foram citados os altos riscos de se empreender em um projeto inovador, pois experimenta-se com bases muito novas e não testadas, podendo ou não dar certo e vir a ser proveitoso.

Vale citar uma semelhança percebida nos três espaços: em todos eles, a Internet se mostrou importante, seja para a comunicação do lugar e de seus eventos. Todos possuem website, fanpage no Facebook (embora o uso não seja estimulado no Catete92), email para contato.

Por fim, foi visto que o trabalho colaborativo permite uma série de expressões singulares, de acordo com o grupo que o adota. Por ser um tema muito rico e recente, valeriam ainda ser feitas mais pesquisas no campo e acompanhar tanto o desenvolvimento desses espaços a longo prazo, como outras expressões do trabalho colaborativos não exploradas nesse estudo de caso, bem como as futuras expressões que poderão vir a surgir.

REFERÊNCIAS

- BAUWENS, Michel. The Political Economy of Peer Production. CTheory Articles. Disponível em: <<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499>>. Acesso em 22 out. 2014
- BENKLER, Yochai. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. First published in *The Yale Law Journal*, Vol. 114, pp. 273-358. Disponível em: <<http://benkler.org/SharingNicely.html>>. Acesso em 20 out. 2014
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. O Novo Espírito do Capitalismo. São Paulo: WMF Martinf Fontes, 2009. 701 p.
- BUENO, Silveira. Minidicionário da Língua Portuguesa. São Paulo, FTD, 1996. 703p.
- FRIEDMAN, Thomas L. Welcome to the 'Sharing Economy'. The New York Times, Nova Iorque, 20 jul. 2013. The Sunday Review. Disponível em <<http://www.nytimes.com/2013/07/21/opinion/sunday/friedman-welcome-to-the-sharing-economy.html?pagewanted=all&r=1&>>. Acesso em 03 out. 2014
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986. 117p.
- MORISSET, Bruno. 2nd Geography of Innovation International Conference 2014. Utrecht University. 04 dez. 2013. Disponível em: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075/document>>. Acesso em 20 out. 2014
- NESTA, *Making Sense of the Colaborative Economy*, Reino Unido, 02 de set. 2014. Disponível em <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf>. Acesso em 10 de nov. 2014
- QUESTER, Pascale; PETTIGREW, Simone; HAWKINS, Del I. Consumer Behaviour: implications for marketing strategy. Sydney: McGraw Hill, 2012. 654p.
- RIFKIN, Jeremy. The Zero Marginal Cost Society: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2014. 280 p. Disponível em: <<http://digamo.free.fr/rifkin14.pdf>> Acesso em 04 nov. 2014
- RIFKIN, Jeremy. A Era do Acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia. São Paulo: Pearson, 2001. 264p.
- SENNETT, Richard. A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999. 204p.
- SHIRKY, Clay. A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. 210 p.
- STRAUSS, Steven. 'Welcome' to the Sharing Economy -- Also known as the collapse of the American Dream. Huffington Post, 29 dez. 2014. Disponível em:

<http://www.huffingtonpost.com/steven-strauss/welcome-to-the-sharing-economy_b_4516707.html>. Acesso em 03 out. 2014

UDA, Tadashi. Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers. Hokkaido University Library, dez. 2013. Disponível em:

<<http://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/53982/1/DPA265.pdf>>. Acesso em 20 out. 2014

VEGA, Migual A. Garcia. La imparable economía colaborativa. El País, 21 jun. 2014. Empreendedores. Disponível em

<http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html>. Acesso em 03 out. 2014

APÊNDICE 01 - QUESTIONÁRIO PARA ESTUDOS DE CASO

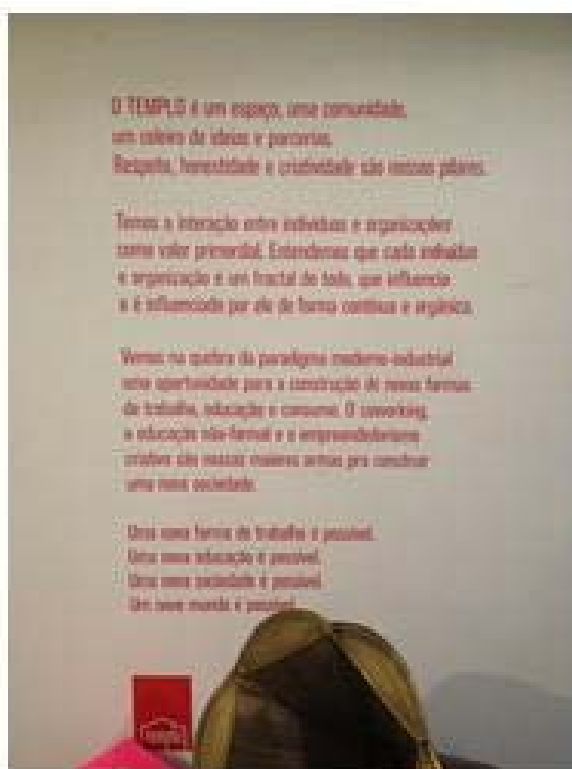
GERAL

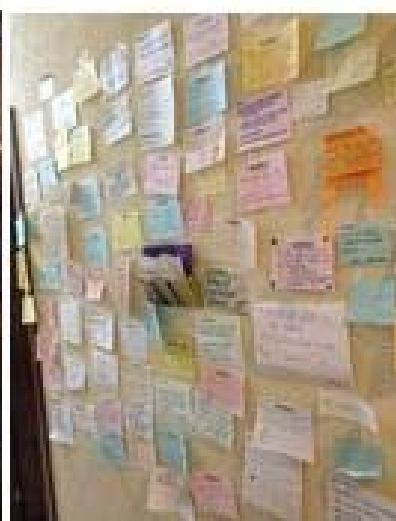
- Nome
- Idade
- Sexo
- Formação
- Cargo, se houver distinção

EMPRESA

- O que motivou a criação de um espaço como XX?
- Qual a missão e os objetivos da empresa?
- Quais são os valores da empresa?
- Pontos positivos desse novo tipo de trabalho.
- Pontos negativos desse novo tipo de trabalho.
- O que faz a empresa se manter funcionando?
- Maiores desafios para se manter. Quais são os limites desse tipo de organização?
- Existe algum tipo de hierarquia? Se sim, qual? E se não, justifique.
- Como é feita a divisão de tarefas e escolha dos objetivos ou prospecção de clientes?
- Como é a divisão de tempo e espaço em XX?
- Existe algum plano de carreira? Qual a perspectiva para futuro?
- Como são resolvidos problemas de infraestrutura do espaço colaborativo?
- Por que a escolha do nome XX?
- Como vocês verificam, se verificam, a qualidade do que é produzido?
- Salário, comissão ou outro método de pagamento?
- Como o encontro e a colaboração são incentivados?
- Quais ferramentas vocês precisam para manter o espaço funcionando?
- Os produtos e serviços ofertados visam atingir algum público específico ou há uma preocupação maior em expressar-se para então encontrar quem se identifique?

APÊNDICE 02 - FOTOS O TEMPLO





APÊNDICE 04 - FOTOS COMUNA**APÊNDICE 05 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO -
HERMAN BESSLER**

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca.

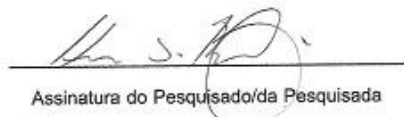
A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de uma monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tornando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, German Bessler, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.


Assinatura do Pesquisado(da) Pesquisada
2014.

Rio de Janeiro, 25 de novembro de 2014

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:
e-mail: priguliani@gmail.com Telefone: (21) 99668-8616

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carloca..

A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de um monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tomando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, Alan Rocha, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.



Assinatura do Pesquisado(da) Pesquisada

2014.

Rio de Janeiro, 25 de NOVEMBRO de

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:
e-mail: priguliani@gmail.com Telefone: (21) 99668-8816

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca..

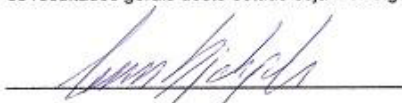
A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de um monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tornando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, LUCAS FONSECA RATTALL, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.



Assinatura do Pesquisado(da) Pesquisada
2014.

Rio de Janeiro, 25 de Novembro de

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:
e-mail: priguliani@gmail.com Telefone: (21) 99668-8616

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca.

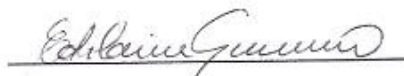
A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de uma monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tornando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, EDLAINE GUIMARÃES GUERREIRO, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.



Assinatura do Pesquisado(da) Pesquisada

Rio de Janeiro, ____ de ____ de

2014.

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:
e-mail: priguliani@gmail.com Telefone: (21) 99868-8616

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carloca..

A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de um monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.ª Dr.ª Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tornando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, Cassius Augusto B. de Jesus, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.


Assinatura do Pesquisado/da Pesquisada

Rio de Janeiro, 25 de NOVEMBRO de 2014

2014.

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:
e-mail: prigiuiliani@gmail.com Telefone: (21) 99668-8616

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a)

Gostaríamos de convidá-lo a participar de nosso estudo "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", que tem como objetivo investigar as diferentes expressões do trabalho colaborativo no contexto carioca..

A pesquisa, utilizando a metodologia estudo de caso qualitativo e comparativo, consistirá na realização de entrevistas, questionário, fotografias e gravações junto aos participantes do estudo e posterior análise dos dados. Será conduzida dessa forma, pois pretendemos compreender as semelhanças e diferenças do trabalho colaborativo, esperando contribuir com um melhor entendimento de seus valores, práticas e dificuldades.

Trata-se de um monografia, desenvolvida por Priscila Giuliani da Silveira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Marta de Araújo Pinheiro, do curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da UFRJ.

A qualquer momento da realização desse estudo qualquer participante/pesquisado ou o estabelecimento envolvido poderá receber os esclarecimentos adicionais que julgar necessários. Qualquer participante poderá recusar-se a participar ou retirar-se da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem nenhum tipo de penalidade, constrangimento ou prejuízo aos mesmos. Todos os registros efetuados no decorrer desta investigação serão usados para fins unicamente acadêmico-científicos e apresentados na forma de TCC, monografia, ou artigo científico, não sendo utilizados para qualquer fim comercial.

Em caso de concordância com as considerações expostas, solicitamos que assine este "Termo de Consentimento Livre e Esclarecido" no local indicado abaixo. Desde já agradecemos sua colaboração e nos comprometemos com a disponibilização à instituição dos resultados obtidos nesta pesquisa, tornando-os acessíveis a todos os participantes.

Eu, EDUARDO TELES DOUGLAS PEREIRA, assino o termo de consentimento, após esclarecimento e concordância com os objetivos e condições da realização da pesquisa "Trabalho colaborativo - estudos de caso na cidade do Rio de Janeiro", permitindo, também, que os resultados gerais deste estudo sejam divulgados com a menção dos nomes dos pesquisados.



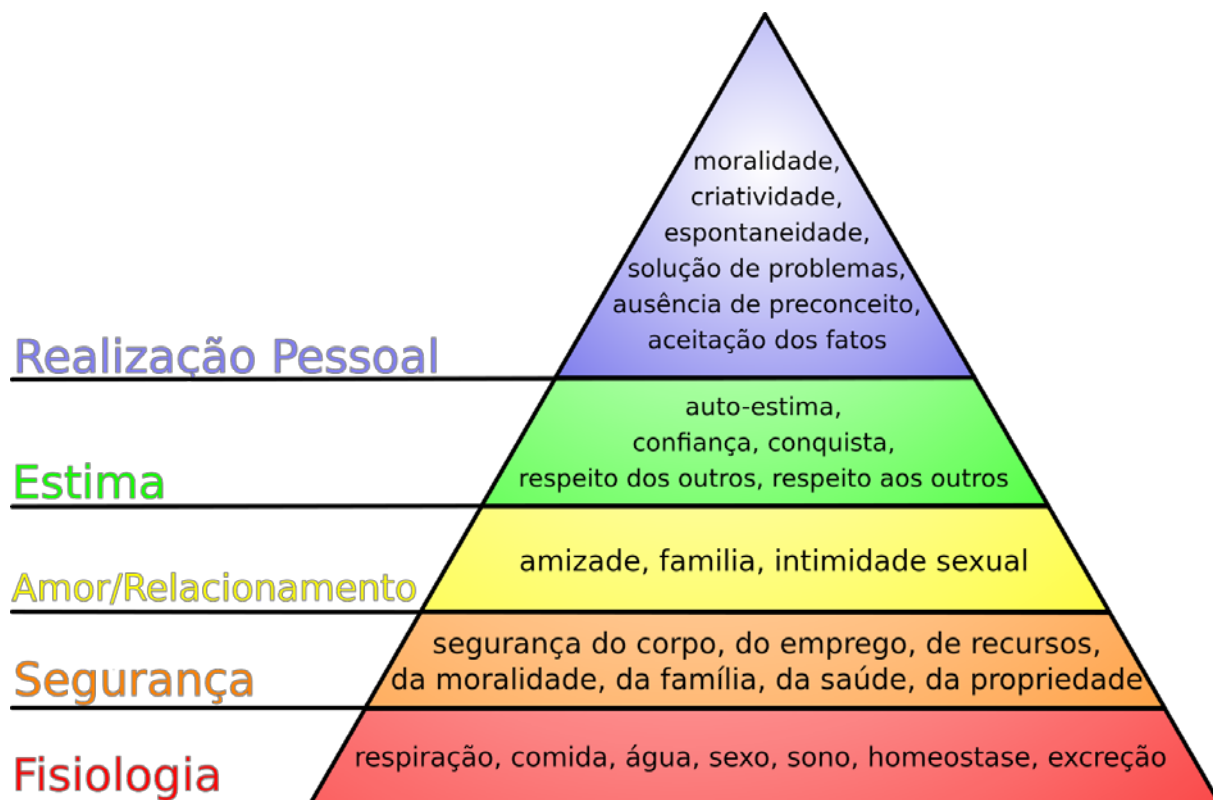
Assinatura do Pesquisado(da) Pesquisada

Rio de Janeiro, 25 de NOVEMBRO de 2014

2014.

Qualquer dúvida ou maiores esclarecimentos, entrar em contato:

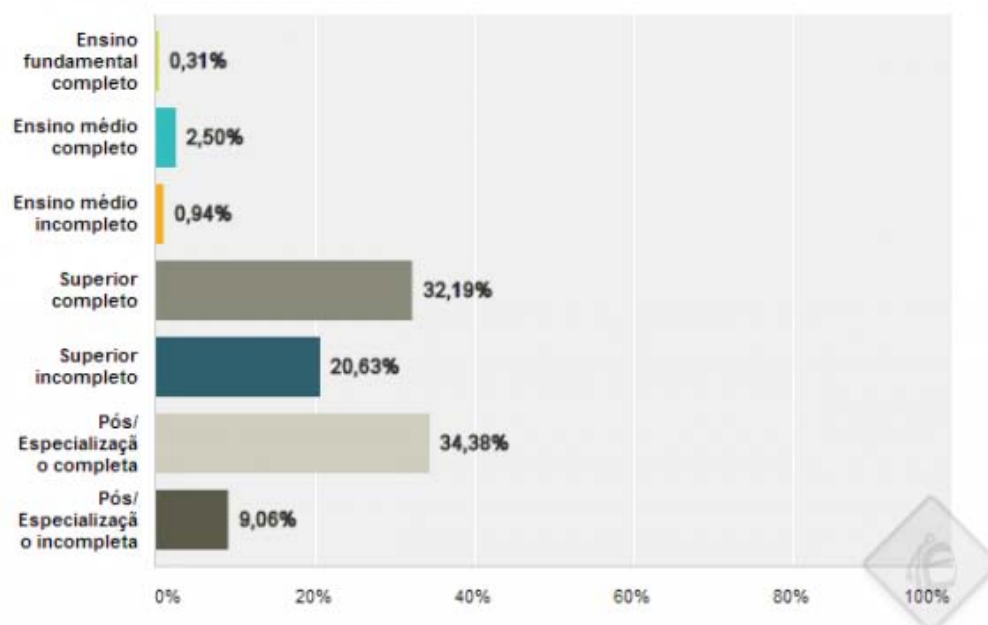
e-mail: prigiuliani@gmail.com **Telefone:** (21) 99668-8616



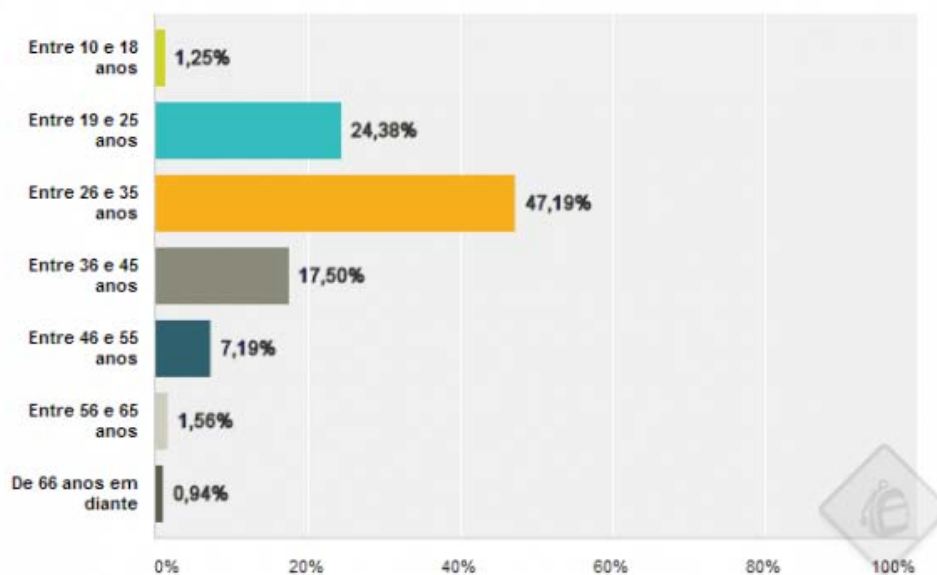
Retirado de: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hierarquia_de_necessidades_de_Maslow>. Acesso em 02 out. 2014

ANEXO 02 - GRÁFICOS

Escolaridade?



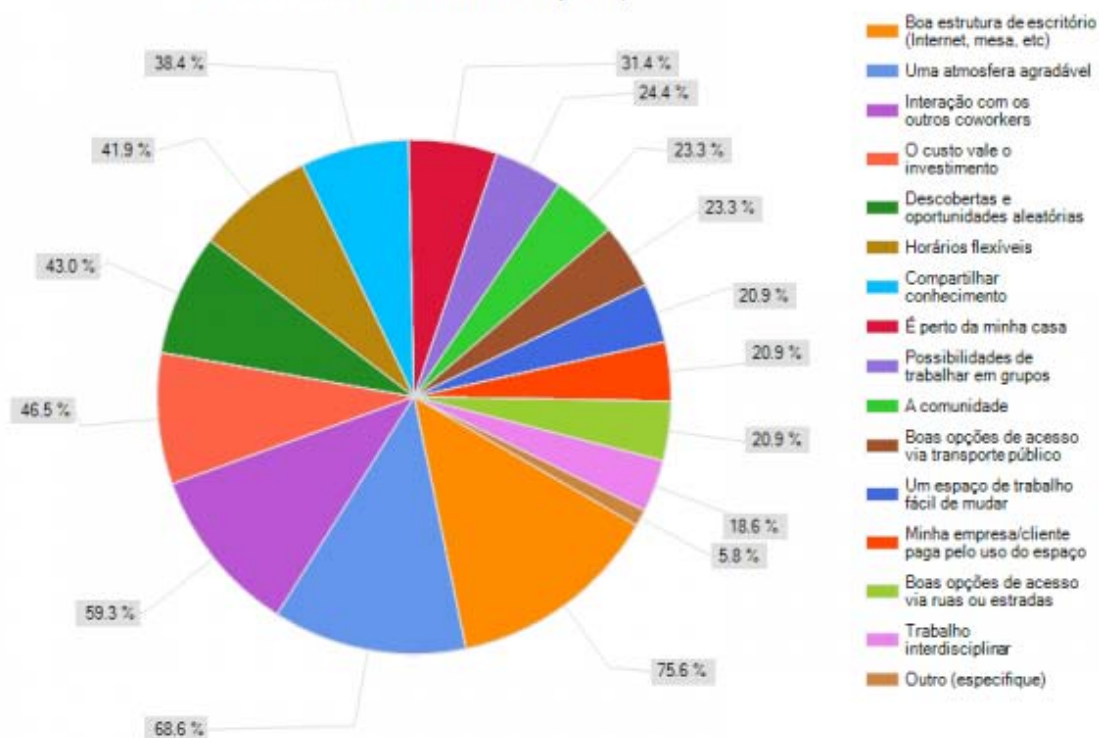
Idade?



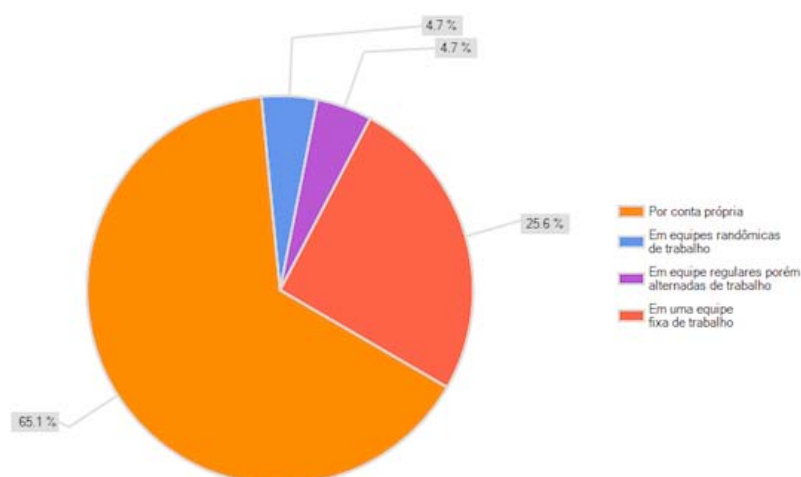
Retirado de: <<http://www.movebla.com/2166/pesquisa-coworking-brasil-2013-parte-1-perfil-resultados/>>. Acesso em 07 nov. 2014

ANEXO 03 - GRÁFICOS

Por que você escolheu por este espaço de coworking? (pode escolher mais de um motivo se quiser)



Como você está organizado dentro do espaço de coworking?



Retirado de: <<http://www.movebla.com/2205/pesquisa-coworking-no-brasil-parte-4-o-coworker-dentro-do-espaco/>> Acesso em 07 nov. 2014

ANEXO 04 - LOGO COMUNA

